

**YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH**  
**(Studi Terhadap Channel KI JOKO GORO-GORO Official)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan Sarjana Sosial (S.Sos)  
Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Disusun Oleh:

Masulthonli Rahmatussalam

1701026009

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**  
**SEMARANG**  
**2021**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) Eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu' alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Masulthonli Rahmatussalam  
NIM : 1701026009  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Televisi  
Judul : YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Terhadap Channel KI JOKO GORO-GORO Official)

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu' alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 11 Juni 2021

Pembimbing,



Dr. H. Iyas Supena, M. Ag

NIP. 197204102001121003

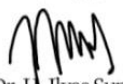
## PENGESAHAN

SKRIPSI  
YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH  
(Studi Terhadap Channel Ki Joko Goro-Goro Official)


Disusun Oleh:  
Masulthonli Rahmatussalam  
1701026009

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada tanggal 24 Juni 2021 dan dinyatakan telah  
LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Susunan Dewan Penguji

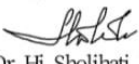
Ketua/Penguji I

  
Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.  
NIP. 197204102001121003


Sekretaris/Penguji II

  
H. M. Alfandi, M. Ag.  
NIP. 196605131993031002


Penguji III

  
Dr. Hj. Sholihati, M.A  
NIP.196310171991032001

Penguji IV

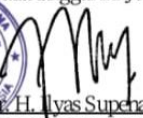
  
Nadiatus Salama, M.Si.Ph.D  
NIP. 197806112008012016

Mengetahui Pembimbing

  
Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.  
NIP: 197204102001121003

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Pada tanggal 21 Juli 2021



  
Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag  
NIP. 197204102001121003

#### PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Masulthonli Rahmatussalam

Nim : 1701026009

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan, bahwa karya ilmiah skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 11 Juni 2021



Masulthonli Rahmatussalam

NIM: 1701026009

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil`alamin puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmatnya. penulis bisa menyelesaikan skripsi berjudul “YOUTUBE SEBAGAI DAKWAH MEDIA (Studi Terhadap Channel Ki Joko Goro-Goro Official)”. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat arahan, pendapat dan saran dari semua pihak untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini secara tepat waktu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. Selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Ilyas Supena, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
3. M. Alfandi, M.Ag. dan Nilnan Ni`mah, M.S.I selaku ketua dan sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Dr. Ilyas Supena M.Ag sebagai pembimbing sekaligus wali studi. Yang telah membimbing penulis agar menulis skripsi dengan baik dan benar.
5. Dosen dan staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
6. Segenap petugas perpustakaan yang membantu peneliti mendapatkan referensi yang diperlukan.
7. KH. Abdur Rokhim (Ki Joko Goro-Goro) dan crew yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung penelitian untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Bapak Maskuri, Ibu Mukholip serta Adik Akbar Nur Romadlon yang selalu mendoakan dan mendorong untuk menyelesaikan skripsi secepat mungkin.
9. keluarga besar pondok pesantren Assalaf Jeketro yang telah memberikan ilmu keagamaan yang sangat berguna bagi penulis
10. keluarga besar pondok pesantren Al Istiqomah kembangan Bintoro Demak yang telah mendidik dengan penuh keikhlasan
11. Segenap keluarga pondok pesantren Darul Ilmi
12. Sahabat istimewa yang telah memberikan semangat dan motivasi, Sonia, Rohmah, Mbak Arina, Alifia, Ulfa, Vina.
13. Segenap keluarga KPI A 2017 yang telah menjadi teman dan sahabat
14. Segenap keluarga Kordais yang telah memberikan pelajaran terbaik

15. Segenap keluarga literasi Media yang telah memberikan wawasan tentang menggunakan atau manfaat media itu sendiri.

Dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu, Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik, saran, dan masukan demi kebaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat.

Semarang, 11 Juni 2021

Masulthonli Rahmatussalam

## **PERSEMBAHAN**

Dengan izin dan ridho Allah SWT, serta rasa syukur yang tidak pernah penulis ucapkan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Skripsi ini didedikasikan untuk orang tua penulis, Bapak Maskuri dan Ibu Mukholip, yang telah memberikan mendoakan penulis tanpa henti, memberikan dorongan, dukungan, kasih sayang dan motivasi. Tulisan ini juga tidak lepas dari upaya terus menerus penulis dalam menyelesaikan pekerjaannya, semoga karya ini bermanfaat bagi kita semua Amin.

## **MOTTO**

الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ ۖ فَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ

Kebenaran datang dari Tuhanmu, jadi jangan termasuk orang yang meragukannya.  
(QS. Al Baqarah : 147)



## ABSTRAK

Nama : Masulthonli Rahmatussalam (1701026009). Judul : Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Terhadap Channel Ki Joko Goro-Goro Official)

Upaya dai dalam mengembangkan dakwah harus disertai media yang dipakainya, seperti Ki Joko Goro-Goro memanfaatkan youtube sebagai media untuk berdakwah, salah satu media yang dikelolanya adalah Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official. Dakwah di media sosial melalui youtube termasuk fenomena baru dikalangan dai. Interaksi dikolom komentar membentuk realitas baru dan nilai-nilai budaya media siber.

Berdakwah di media konvensional dengan berdakwah dengan menggunakan media internet sangatlah berbeda. Ketika Ki joko goro-goro dakwah menggunakan media konvensional yang terjadi hanya bersifat satu arah, dan mad'unya hanya sebagai konsumen. Berbeda ketika Ki joko goro-goro berdakwah menggunakan media internet, seperti di channel Ki joko goro-goro official, dimana mad'u tidak hanya sebagai konsumen akan tetapi juga sebagai produsen dan bisa berinteraksi dengan mad'u lainnya.

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan etnografi virtual. Etnografi virtual adalah metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial ataupun kultur yang berada di media siber. Metode etnografi merupakan metode utama dan penting dilakukan karena untuk melihat fenomena budaya siber yang berada di internet

Penelitian ini dikaji menggunakan empat level, yaitu ruang media, dokumen media, obyek media dan pengalaman media. Dalam ruang media, channel ki joko goro-goro official membuka privasi kanal youtubenya untuk publik. Keterbukaan inilah interaksi di media siber akan terjadi. Dalam dokumen media channel ki joko goro-goro official menyajikan dakwah yang dikemas dalam video dan disertai *caption*. Adapun obyek media menunjukkan adanya interaksi antar sesama pengunjung dikolom komentar channel ki joko goro-goro official. Sedangkan pengalaman media menunjukkan motif yang melandasi pemanfaatan dan pempublikasian video dakwah.

**Keyword:** Media Sosial, Youtube, Media Dakwah, dan Channel Ki Joko Goro-Goro Official

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	5
b. Manfaat praktis .....	6
D. Tinjauan Pustaka .....	6
E. Metode Penelitian .....	9
F. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II MEDIA SOSIAL, YOUTUBE, DAN MEDIA DAKWAH,.....</b>	<b>18</b>
A. Media Sosial.....	18
B. Youtube.....	23
C. Media Dakwah .....	36
D. Youtube Sebagai Media Dakwah.....	53
<b>BAB III GAMBARAN UMUM CHANNEL YOUTUBE KI JOKO GORO</b>	
<b>GORO OFFICIAL.....</b>	<b>58</b>
A. Biografi Ki Joko Goro-Goro .....	58
B. Channel Youtube KI JOKO GORO-GORO Official.....	60
C. Data Penelitian .....	64

<b>BAB IV ANALISIS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA CHANNEL KI JOKO GORO-GORO OFFICIAL .....</b>	<b>79</b>
A. Level Ruang Media ( <i>Media Space</i> ) .....	79
B. Level Dokumen Media ( <i>Media Archive</i> ) .....	80
C. Level Obyek Media ( <i>Media Object</i> ) .....	93
D. Level Pengalaman ( <i>Experiental Stories</i> ).....	96
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>98</b>
A. Kesimpulan .....	98
B. Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Level-level Analisis Media Siber .....	10
<b>Tabel 2.</b> Kelebihan dan Kekurangan Youtube .....	33
<b>Tabel 3.</b> Dokumen Media.....	70

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Logo YouTube.....	23
<b>Gambar 2.</b> Kantor Pusat YouTube .....	24
<b>Gambar 3.</b> Tampilan Profil Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official .....	60
<b>Gambar 4.</b> Komentar Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official.....	62
<b>Gambar 5.</b> Login ke Akun Youtube .....	65
<b>Gambar 6.</b> Klik Icon Roda Gigi (Setelan) .....	66
<b>Gambar 7.</b> Membuat Channel Baru.....	66
<b>Gambar 8.</b> Mengatur Nama Channel.....	67
<b>Gambar 9.</b> Halaman Channel Ki Joko Goro-Goro Official.....	68
<b>Gambar 10.</b> Jumlah penonton channel Ki Joko Goro-Goro Official.....	69
<b>Gambar 11.</b> Komentar Subscriber Channel Ki Joko Goro-Goro Official.....	75
<b>Gambar 12.</b> Komentar Subscriber Channel Ki Joko Goro-Goro Official.....	75
<b>Gambar 13.</b> Tampilan video tentang Iman, Islam, Ihsan.....	81
<b>Gambar 14.</b> Tampilan video tentang Hakikohnya Ilmu .....	82
<b>Gambar 15.</b> Tampilan video tentang Definisi Iman .....	84
<b>Gambar 16.</b> Tampilan video tentang Memperkuat Iman.....	85
<b>Gambar 17.</b> Tampilan video tentang Dzikirullah .....	86
<b>Gambar 18.</b> Tampilan tentang Dzikir Penyelamat Api Neraka.....	87
<b>Gambar 19.</b> Tampilan video tentang Ucapan Perbuatan yang Mmbuat Murtad .....	89
<b>Gambar 20.</b> Tampilan video tentang Alamat Kufur Menghina Allah .....	90
<b>Gambar 21.</b> Tampilan video tentang Mengaku Melihat Syurga Menikmati Hidangannya .....	91
<b>Gambar 22.</b> Tampilan video tentang Syarat Rukun Wudhu.....	92

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1.** Dokumen gambar pada Channel Youtube KI JOKO GORO-GORO  
OFFICIAL

**Lampiran 2.** Wawancara

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perubahan teknologi informasi dari tradisional ke digital telah membawa perubahan yang cukup besar dalam cara berkomunikasi. Jika dahulu informasi hanya dapat diperoleh khalayak dari media konvensional seperti televisi, radio dan koran, namun kini berbagai macam informasi dapat diperoleh dengan mudah melalui internet. Hanya dengan menghubungkan perangkat dengan jaringan internet, maka mereka dapat memperoleh informasi dan dapat berkomunikasi kapan saja dan di mana saja melalui media sosial.

Di kalangan masyarakat dan pelajar, banyak orang menggunakan media sosial untuk meningkatkan pemahaman dakwah. Salah satunya adalah media Youtube, masyarakat dan pelajar menggunakan media Youtube untuk meningkatkan kesadaran beragama sehingga memudahkan masyarakat mencari hal yang positif tanpa harus keluar rumah.

Youtube adalah salah satu platform berbagi video. Platform ini dapat digunakan sebagai media untuk berbagi video secara online. Pengguna Youtube dapat dengan mudah mengupload video dan mengakses video dari pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. Youtube merupakan database video paling populer di dunia Internet yang menyajikan berbagai informasi dalam bentuk "gambar bergerak" dan terpercaya. Platform ini diperuntukkan

bagi pengguna yang mencari informasi dalam bentuk video dan menontonnya secara real time.

Youtube adalah salah satu jejaring sosial media yang digemari banyak orang. Dilansir dari "We Are Social dan Hootsuite" melaporkan bahwa banyak orang menggunakan Youtube untuk memproduksi media komersial, media hiburan, media pemberitaan, atau membuat konten lain. Pada tahun 2020, Youtube menempati urutan kedua dengan 2 miliar pengguna dan Facebook masih menempati urutan pertama dengan 2,499 miliar pengguna (Kamp, 2020).

Dakwah adalah kegiatan yang bersifat mengajak masyarakat supaya dapat bertransformasi dari kehidupan yang mengandung nilai-nilai non-Islami menjadi kehidupan dengan nilai-nilai Islami. Kegiatan ini dilaksanakan melalui ajakan, dorongan, dan himbauan, tanpa paksaan atau provokasi. Dakwah adalah bagian tak terpisahkan dari Islam, seperti halnya dua mata uang, Dakwah berasal dari Islam, tetapi Islam tidak akan berkembang dan mengalami kemajuan tanpa adanya dakwah (Pirol, 2018:27).

Kegiatan dakwah didasarkan pada situasi dan kondisi dari si penerima dakwah (mad'u), serta proses penyampaian ajaran-ajaran Islam terhadap manusia di segala ruang dan waktu melalui berbagai cara (Enjang & Aliyuddin, 2009: 145 ).

Tata cara dalam berdakwah lebih diutamakan dari pada materi-materi dakwah. Kesempurnaan materi dakwah tidak menjadi masalah, namun jika



materi dakwah tidak disampaikan dengan tata cara yang tepat maka kemungkinan akan membuahkan hasil yang kurang tepat.

Salah satu implikasi penggunaan YouTube sebagai sarana dakwah juga terkait dengan tren pengguna media internet, khususnya pengguna media sosial, untuk mengakses rangkaian konten dakwah. Sebagian besar komunitas Muslim kontemporer di Indonesia menggunakan Internet sebagai sarana pembelajaran Islam (Fakhrurroji, 2019). Internet dapat menjadi sumber referensi pengetahuan agama yang tersedia bagi sebagian pengguna.

Saat ini, banyak pendakwah muncul di masyarakat untuk mengajarkan Dakwah dengan cara khusus, sehingga membuat orang lebih tertarik untuk memperhatikan. Meskipun pada dasarnya kitab atau hadits yang digunakan sama, namun da'i diarahkan untuk mengatur kata-kata agar dipahami oleh mad'u guna menyampaikan pesan dai Karena sifatnya yang khas dan dipahami oleh mad'u, maka dakwah saat ini banyak menggunakan media, seperti ceramah melalui radio, televisi, Youtube dan media lainnya. Sarana dakwah merupakan bagian dari kegiatan dakwah. Unsur media dakwah lainnya mengacu pada alat yang berperan sebagai perantara untuk mengirimkan pesan dakwah kepada mitra dakwah. Para pendakwah ingin agar pesan-pesannya dapat diterima oleh semua khalayak, sehingga mereka harus menggunakan media (Aziz 2004: 404).

Salah satu pendakwah yang kini menggunakan YouTube sebagai sarana dakwahnya adalah Ki Joko Goro Goro. Ki Joko Goro Goro mencoba beradaptasi dengan perkembangan teknologi sambil menyebarkan ajaran

islam. Channel Ki Joko Goro Goro membahas isu-isu yang berkaitan dengan Islam. Menggunakan media sosial sebagai media dakwah merupakan kemajuan baru bagi parapendakwah. Seperti yang dilakukan Ki Joko Goro Goro, dengan menggunakan channel YouTube sebagai media dakwahnya, dapat memberikan ruang untuk menyebarkan ilmu pengetahuan dengan memberikan pengajaran, pendidikan, nasihat dan informasi. ajaran Islam.

Untuk memahami realitas baru ini, diperlukan metode penelitian yang dapat menjangkau dunia maya. Salah satu cara untuk menemukan realitas baru ini adalah etnografi virtual. Etnografi virtual adalah metode etnografi yang digunakan untuk melihat fenomena sosial dan/atau budaya pengguna di media online (Nasrullah, 2013:205). Metode penelitian ini mencoba merekam budaya, interaksi, dan struktur yang membentuk realitas sosial siber (Nasrullah, 2017:12). Dalam kajian etnografi virtual, pola-pola pendekatan penelitian terhadap internet bisa dilakukan tergantung dari bagaimana individu memaknai internet.

Penelitian terhadap youtube sebagai media sosial banyak, begitu juga tema penelitian youtube sebagai media dakwah Islam. Namun, peneliti melihat masih umumnya pembahasan pada penelitian tersebut. Ada penelitian yang hampir sama focus kajiannya pada konten dakwah tapi tetap berbeda pada objek penelitiannya. Peneliti merinci objek bahasan pada satu kanal dakwah tertentu. Channel Ki Joko Goro-Goro Official memiliki tema kajian unik. Berbeda dengan tema kajian kanal media dakwah lain seputar aqidah, fiqih ibadah, parenting islam, Al-Quran dan akhlak. Channel Ki Joko Goro-

Goro Official dihiasi dengan content dakwah yang menyambung dalam artian tidak putus tengah jalan yang menggunakan kitab sebagai kajiannya, serta terdapat vlog pribadi yang membuat nuansa baru bagi penonton untuk menontonnya dan dakwahnya mudah dicermati oleh orang awam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Terhadap Channel Ki Joko Goro-Goro Official)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apa saja Level-Level Analisis Media Siber pada Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official sebagai Media Dakwah

## **C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apa saja level-level Analisis Media Siber pada Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official sebagai Media Dakwah

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa untuk menangkap fenomena penelitian budaya dan media, khususnya dakwah yang dilakukan di media sosial Youtube.

#### **b. Manfaat praktis**

- 1) Bagi akademisi dan mahasiswa yang mengkhususkan diri dalam pendalaman kajian dakwah dan komunikasi dalam budaya online, penelitian ini dapat dijadikan sebagai data awal untuk penelitian selanjutnya, seperti mengungkap mad'u di dunia nyata atau ketika khalayak melanjutkan dakwah lewat media sosial.
- 2) Bagi para praktisi dakwah, penelitian ini dapat menjadi wawasan para da'i yang belum menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah khususnya melalui Youtube.
- 3) Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan yang dapat menggambarkan bagaimana level-level media siber pada Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Setelah peneliti mereview beberapa penelitian sebelumnya, maka terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini diantaranya :

1. Skripsi yang berjudul *“Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)”* karya Rizki Hakiki, tahun 2016, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta. Dalam skripsi ini, Rizki

Hakiki menjelaskan bagaimana KH. Abdullah Gymnastiar dalam menyiarkan dakwah Islam melalui media sosial Facebook.

Penelitian tersebut relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama fokus pada Youtube sebagai media berdakwah. Namun terdapat perbedaan, yaitu dalam penelitian tersebut membahas etnografi virtual pada *Fanpage Facebook* KH. Abdullah Gymnastiar sedangkan penulis membahas Youtube sebagai media dakwah pada Channel Ki Joko Goro-Goro Official.

2. Skripsi yang dibuat oleh Yogi Ridho Firdaus (2018) IAIN Salatiga judul skripsi yaitu : *“Dakwah melalui konten video dalam Youtube (Studi pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2016 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga).*

Penelitian tersebut relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama fokus pada Youtube sebagai media berdakwah. Namun terdapat perbedaan, yaitu dalam penelitian tersebut menggunakan akun Youtube pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam angkatan 2015-2016 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga sebagai subyek penelitiannya, sedangkan dalam penelitian ini subyek penelitiannya yaitu Channel Ki Joko Goro-Goro Official.

3. Skripsi yang ditulis oleh Evi Novitasari (2020) IAIN Ponorogo dengan judul *“Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnologi Virtual pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi)”*.

Penelitian tersebut relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama fokus pada Youtube sebagai media berdakwah. Namun terdapat perbedaan, yaitu dalam penelitian tersebut menggunakan akun Youtube transformasi Ismahyudi sebagai subyek penelitiannya, sedangkan dalam penelitian ini subyek penelitiannya yaitu Channel Ki Joko Goro-Goro Official.

4. Skripsi yang ditulis oleh Gyta Rastyka Dhela (2020) UIN Raden Intan Lampung dengan judul *“PEMANFAATAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung)”*.

Penelitian tersebut relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama fokus pada Youtube sebagai media berdakwah. Namun terdapat perbedaan, yaitu dalam penelitian tersebut menggunakan akun Youtube Masjid Addu’a Way Halim Bandar Lampung sebagai subyek penelitiannya, sedangkan dalam penelitian ini subyek penelitiannya yaitu Channel Ki Joko Goro-Goro Official.

5. Skripsi yang ditulis oleh Tiara Rahmadaniar (2018) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul *“Strategi dakwah akun Youtube muslimahdailycom dalam mensosialisasikan jilbab”*.

Penelitian tersebut relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama fokus pada Youtube sebagai media berdakwah. Namun terdapat perbedaan, yaitu dalam penelitian tersebut menggunakan akun Youtube muslimahdailycom sebagai subyek

penelitiannya, sedangkan dalam penelitian ini subyek penelitiannya yaitu Channel Ki Joko Goro-Goro Official.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif guna menjelaskan fenomena melalui pengumpulan data, peneliti akan mendeskripsikan mengenai level-level analisis media siber pada Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official dari ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman (Antonius, 2004:2). Dalam penerapannya, metode deskriptif kualitatif menggunakan metode pengumpulan dan analisis data non-kuantitatif, seperti wawancara mendalam dan alat observasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah etnografi virtual.

Secara bahasa, etnografi berasal dari kata Yunani *ethos*, yang berarti warga suatu negara atau masyarakat, dan *graphein*, yang berarti tulisan atau artefak. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etnografi dapat diartikan sebagai 1.) gambaran tentang kebudayaan suku yang ada, 2.) ilmu yang menggambarkan kebudayaan suku yang ada yang tersebar di permukaan bumi (Nasrullah, 2018): 5).

Singkatnya, etnografi adalah artefak (warisan budaya) dari masyarakat. Kata etnografi seringkali erat kaitannya dengan budaya, bahkan kata ini menjadi isi utama penelitian etnografi. Dalam konteks etnografi ini, makna budaya dapat didefinisikan sebagai kumpulan pola

perilaku dan keyakinan. Etnografi juga sering dikaitkan dengan hasil metode penelitian dan laporan penelitian. Dalam pengertian metodologis, istilah etnografi biasanya didefinisikan sebagai penelitian lapangan.

Pada prinsipnya, ketika menganalisis budaya Internet, media siber memerlukan unit analisis, termasuk tingkat mikro dan makro. Kedua unit analisis ini dapat disederhanakan dari segi teks dan konteks. Pada tingkat mikro, penulis menggambarkan perangkat Internet, tautan yang ada, dan hal-hal yang terlihat di permukaan. Pada tataran makro, peneliti memperhatikan konteks yang menyebabkan munculnya teks dan alasan munculnya teks pendukung. Level mikro dan makro dalam praktiknya dibagi menjadi empat level, yaitu ruang multimedia, file multimedia, objek multimedia, dan pengalaman (Nasrullah, 2018: 44).

Menurut Nasrullah (2018:45) Secara umum, tingkatan analisis media siber adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Level-level Analisis Media Siber

<b>Level</b>	<b>Objek</b>
Ruang media ( <i>media space</i> )	Struktur perangkat media dan penampilan, terkait dengan prosedur perangkat yang bersifat teknis.
Dokumen media ( <i>media archive</i> )	Isi, aspek pemaknaan teks/grafis sebagai artefak budaya.
Objek media ( <i>media object</i> )	Interaksi yang terjadi di media siber, komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas.



Pengalaman ( <i>experiental stories</i> )	Motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara <i>offline</i> maupun <i>online</i>
---	--

## 2. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual adalah tugas peneliti untuk menjelaskan ruang lingkup penelitian dengan cara mendeskripsikan beberapa keterbatasan yang terkait dengan penelitian tersebut. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penelitian yang berjudul “Youtube sebagai Media Dakwah (Studi terhadap Channel Ki Joko Goro-Goro Official). Definisi konseptual merupakan definisi variabel, yang diekspresikan dalam konsep yang jelas berdasarkan pada karakteristik variabel yang dapat diteliti (Saifudin, 2001: 74) Definisi konseptual dari penelitian ini adalah Tampilan Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official yaitu informasi berbentuk video dalam youtube yang mengarahkan dan menggerakkan manusia agar berbuat amar makruf nahi mungkar.

## 3. Sumber dan Jenis Data

### a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau mengukur langsung data subjek (Saifuddin, 2013: 91). Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari sumber berita atau informan. Peneliti

mengidentifikasi informan kunci dan informan lainnya untuk memperoleh informasi tentang subjek yang diteliti. Narasumber atau informan dalam penelitian ini adalah:

1. Pemilik Channel Ki Joko Goro-Goro Official, yaitu : KH Abdur Rokhim M.Pd.I
2. Tiga subscriber Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber yang sudah ada (Nurdin dan Hartati, 2019:172). Peneliti dapat menonton dan mendengarkan data-data yang sudah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini berupa video pada youtube channel Ki Joko Goro-Goro Official.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini dilaksanakan dengan dua cara,yaitu:

##### **a. Wawancara**

Wawancara digunakan untuk mendapatkan data secara langsung dan mendalam dari informan. Pada penelitian ini, peneliti melakukan kegiatan wawancara dengan KH Abdurrokhim atau yang biasa disebut Ki Joko Goro-Goro dan tiga subscriber channel Ki Joko Goro-Goro Official.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendukung data-data yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official pada bulan Februari, Maret, dan April 2021.

## **5. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data model teknologi interaktif oleh Milles & Huberman. Analisis data model interaktif ini terdiri dari tiga tahap, yaitu: 1) reduksi data, 2) penyajian data, dan 3) ekstraksi/validasi kesimpulan. Dalam model analisis interaktif ini, analisis data dimulai dari. Tiga tahap analisis interaktif adalah sebagai berikut:

a. Reduksi data

Tahap pertama dari analisis data kualitatif adalah reduksi data. Dalam reduksi data, peneliti melakukan proses seleksi, memusatkan atau memfokuskan, menyederhanakan dan mengabstraksikan segala macam informasi-informasi yang mendukung data penelitian yang telah diperoleh dan dicatat. Informasi dari penelitian ini berfokus pada video dakwah di Channel Ki Joko Goro-Goro Official, wawancara dengan Ki Joko Goro-Goro selaku pemilik channel dan ketiga subscriernya.

b. Penyajian data

Tahap kedua dari analisis data kualitatif adalah visualisasi data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Representasi data ini merupakan sekumpulan organisasi informasi yang disusun berdasarkan temuan-temuan utama yang terdapat dalam penyederhanaan data, berupa uraian dan narasi yang lengkap, disajikan dengan cara tertentu dalam logika dan bahasa sistem peneliti untuk memudahkan dalam memahami. Tentunya tampilan data tersebut berasal dari tampilan Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official, dan juga dari materi dakwah dalam video dakwah channel tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Penting untuk menarik makna dalam penelitian kualitatif. Peneliti harus berusaha untuk menemukan makna dari data-data yang telah digali secara cermat, teliti dan menyeluruh. Anda harus cermat mempertimbangkan cara menarik kesimpulan untuk mendapatkan makna dari peristiwa yang dipelajari. Kesimpulannya adalah analisis data yang diperoleh dari Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official dan wawancara dengan Ki Joko Goro-Goro serta tiga subscriber.

## **6. Pengecekan Keabsahan Data**

penelitian ini dilakukan dengan beberapa teknik pemeriksaan, antara lain sebagai berikut:

### **a. Kecukupan referensial**

Sebagai alat untuk mengadaptasi dan menyesuaikan kritik tertulis, yaitu menyimpan informasi yang tidak direncanakan sebagai pengganti. Artinya, berbagai pertanyaan dari wawancara dengan Ki Joko Goro-Goro selaku pemilik resmi channel KI JOKO GORO-GOR dan ketiga subscriernya dapat dijadikan sebagai alternatif informasi.

### **b. Triangulasi sumber**

Triangulasi sumber adalah cara pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan sesuatu diluar data untuk pengecekan atau pembandingan dengan data tersebut. Pembandingan dari wawancara dengan pemilik akun channel Ki Joko Goro-Goro, yaitu tiga subscriber channel Ki Joko Goro-Goro Official.

## **F. Sistematika Penulisan**

Penelitian dalam skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab, yang masing-masing bertujuan untuk memudahkan pembaca dan menulis yang sistematis.

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama menyajikan latar belakang masalah (gambaran umum fenomena penelitian, mengapa masalah tersebut menarik minat peneliti, dan apa fokus peneliti pada penelitian ini). Rumusan masalah yang akan

dibahas (beberapa pertanyaan pokok yang akan dijawab dalam penelitian ini). Tujuan penelitian dan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini (ekspektasi dan pencapaian akhir penelitian ini). Tinjauan pustaka (mengumpulkan beberapa dari penelitian sebelumnya, sehingga tidak ada duplikasi atau penjiplakan). Metode penelitian yang akan digunakan (metode yang digunakan dalam penelitian ini), dan terakhir sistem penulisan rinci (dalam urutan pembahasan dalam penelitian).

## **BAB II : KERANGKA TEORI**

Bab kedua menjelaskan tentang kerangka teori, Bab ini diuraikan menjadi tiga sub bab. Pertama mengenai Media Sosial sub bab kedua mengenai Youtube, sub bab ketiga mengenai media dakwah.

## **BAB III : GAMBARAN UMUM**

Bab ketiga menjelaskan gambaran umum tentang Youtube sebagai media dakwah terhadap Channel Ki Joko Goro-Goro Official. Bab ini diuraikan menjadi tiga sub bab, sub bab pertama tentang biografi Ki Joko Goro-Goro sub bab kedua tentang channel Youtube KI JOKO GORO-GORO Official, dan sub bab ketiga memaparkan temuan data penelitian.

## **BAB IV : ANALISIS DATA**

Bab keempat merupakan penyajian dan analisis data, membahas dan memfokuskan pada analisis Youtube sebagai media dakwah pada Channel Ki Joko Goro-Goro Official

## **BAB V : PENUTUP**

Bab kelima yaitu bab terakhir dalam penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran

## **BAB II**

### **MEDIA SOSIAL, YOUTUBE, DAN MEDIA DAKWAH,**

#### **A. Media Sosial**

Boyd dalam Nasrullah (2015) mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan orang dan komunitas untuk bertemu, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus berkolaborasi atau bermain satu sama lain. media sosial memiliki kekuatan dalam konten yang dibuat pengguna (UGC), di mana konten dihasilkan oleh pengguna dari pada penerbit seperti organisasi media.

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menegaskan bahwa jejaring sosial adalah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna yang mempromosikan aktivitas dan kolaborasinya. Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan sebagai media online (fasilitator) yang dapat mempererat hubungan antara pengguna dan ikatan sosial.

Intinya, dengan bantuan media sosial, berbagai aktivitas dua arah dapat dilakukan dalam bentuk tertulis, visual, dan audiovisual melalui berbagai bentuk komunikasi, kolaborasi, dan pengetahuan. Media sosial dimulai dengan tiga hal, yaitu berbagi, kolaborasi, dan koneksi (Puntoadi, 2011).

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan setiap tahunnya. Jika Friendster mendominasi media sosial pada tahun 2002 karena saat itu hanya Friendster yang mendominasi media sosial, maka kini banyak bermunculan jejaring sosial dengan keunikan dan ciri khasnya masing-masing.



Nasrullah (2016:15) mengemukakan bahwa media sosial memiliki karakteristik-karakteristik tertentu, yaitu :

1. Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi semacam ini diperlukan karena jika komunikasi antar komputer saling terhubung, termasuk transmisi data, komunikasi akan terjadi.
2. Informasi telah menjadi identitas penting di media sosial karena pengguna media sosial menciptakan identitas, menghasilkan konten, dan berinteraksi.
3. File, bagi pengguna media sosial, file merupakan penjelasan dari informasi yang telah disimpan dan dapat diakses dari perangkat apapun setiap saat.
4. Interaktivitas, jejaring sosial membentuk jaringan antar pengguna, yang tidak hanya dapat memperluas pertemanan atau pengikut, tetapi juga harus terjalin melalui interaksi antar pengguna tersebut.
5. Simulasi sosial, jejaring sosial memiliki karakteristik sebagai media sosial di dunia maya. Jejaring sosial memiliki karakteristik dan model yang unik, yang berbeda dalam banyak kasus dan tidak dapat ditemukan di masyarakat nyata.
6. Konten buatan pengguna.

Di media sosial, konten sepenuhnya dimiliki berdasarkan kontribusi dari pengguna atau pemilik akun. UGC adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru, memberikan pengguna kesempatan dan

fleksibilitas untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional), dimana khalayak hanya sebatas menjadi objek pasif atau objektif dalam penyebaran informasi.

Menurut Saverin dan tankard (2005) komunikasi digital memiliki beberapa konsep dasar sebagai berikut:

a. Dunia Maya (*Cyberspace*)

Istilah cyberspace memiliki beberapa arti. Dalam novel William Gibson "Neuromancer" (1984/1994), istilah "dunia maya" pertama kali muncul untuk merujuk pada media informasi yang luas di mana pengguna yang disebut "*console cowboys*" muncul atau terhubung langsung ke sistem mereka.

Berikut ini adalah definisi yang lebih formal yang dikembangkan dari konsep Gibson, tetapi memberikan koneksi langsung ke sistem saraf, "Dunia virtual adalah realitas yang terhubung secara global, dibantu komputer, dapat diakses komputer, multidimensi, buatan, atau "virtual". Semua Komputer adalah jendela, bukan objek fisik, tidak terlihat atau terdengar diwakili oleh objek fisik, tetapi merupakan kreasi data, gaya penciptaan informasi murni, karakter, dan tindakan. Dalam penggunaan umum saat ini, Cyberspace adalah istilah lengkap untuk World Wide Web, Internet, daftar email, grup dan forum diskusi, ruang obrolan, permainan multipemain interaktif, dan bahkan email (Turkle, 1995).

b. Virtual reality (VR)

Virtual reality mengacu pada penggunaan komputer guna mensimulasikan pengalaman yang menyerupai kenyataan. Dalam jenis realitas virtual yang paling banyak digunakan, seperti seseorang memakai sarung tangan, headphone, dan kacamata pelindung yang terhubung ke komputer. Stimulus tersebut bervariasi sesuai dengan gerakan orang tersebut, seperti gerakan kepala atau gerakan lainnya.

Realitas virtual mencakup interaktivitas dan multidimensi yang beroperasi pada tingkat yang sangat tinggi. Sistem realitas virtual yang kompleks dapat mendukung komunikasi, yang merupakan cara kita dapat berbagi pengalaman dengan orang lain

c. Komunitas virtual

Komunitas virtual atau komunitas virtual lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Salah satu bentuk paling awal adalah iklan komputer di tahun 1970-an yang dihubungkan dengan modem. Ruang obrolan, email, dan grup diskusi elektronik adalah contoh baru interaksi komunitas. Orang-orang yang tinggal di berbagai belahan dunia dan memiliki minat yang sama dapat bertemu dan berbagi secara online.

d. Ruang obrolan, MUD, dan robot

Fitur tertentu dari Internet memungkinkan kita untuk berinteraksi dengan cara baru dan menarik. Chat room atau ruang obrolan memungkinkan kita untuk berkomunikasi langsung dengan orang lain yang tidak kita kenal. Permainan multipemain interaktif (permainan) memungkinkan kita untuk memainkan peran fantasi dengan orang lain. Game interaktif tingkat lanjut adalah MUD, yang merupakan singkatan dari multi-user dungeon atau domain multi-pengguna. Pemain dalam permainan role-playing ini bermain dan melakukan perjalanan di dunia maya dan memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan pemain lain

e. Interaktivitas

Satu masalah dengan definisi interaktivitas adalah bahwa ia memiliki setidaknya dua arti yang berbeda. Orang yang paham komputer cenderung mengartikannya sebagai interaksi pengguna dengan komputer dan permainan interaktif. Definisi tersebut menyatakan bahwa interaktivitas berarti bahwa pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dengan komputer dan mempengaruhi setiap pesan yang dihasilkan (Dillon dan Leonard, 1998).

f. Hiperteks

Hiperteks atau istilah yang disebut hypertext dalam bahasa Inggris digunakan untuk mendefinisikan tulisan (teks) yang terkait dengan dokumen lain atau tautan ke konten lain. Hyperlink adalah salah satu bentuk hypertext. Hiperteks membantu pengguna komputer mencari informasi

g. Multimedia

Multimedia adalah sistem komunikasi digital yang menggabungkan teks, grafik, suara, video, dan animasi. Misalnya, Anda bisa melihat contoh konten multimedia di YouTube. Namun sekarang banyak website yang juga menawarkan berbagai konten multimedia.

## **B. Youtube**

### **1. Pengertian Youtube**

**Gambar 1.** Logo YouTube



Sumber : [www.Youtube.com](http://www.Youtube.com)

Menurut Sianipar (2013), Youtube merupakan database berisi konten video yang populer di media sosial dan menyediakan berbagai informasi yang sangat bermanfaat. Youtube memiliki fungsi mencari informasi video atau menonton videonya secara langsung.

Karena Youtube telah menjadi platform media sosial yang sering dikunjungi, sia-sia jika tidak memanfaatkan secara maksimal channel Youtube dengan Youtube Ads, Youtube Ads adalah salah satu fitur yang disediakan oleh pihak Youtube bagi brand dan marketer untuk memasang iklan disana.

Channel Youtube adalah nama channel atau merek yang menyertakan konten video di Youtube untuk melengkapi logo channel Youtube. Pemilik dapat menambahkan foto profil, foto sampul, dan deskripsi sebelum membuat konten yang menarik. Dalam hal ini, tentu saja, tidak memengaruhi cara apa pun untuk mengajak manusia berkembang. Paradigma sosial saat ini mengharapkan dapat memperoleh informasi dengan cepat kapanpun dan di tempat manapun, serta ilmu agama yang diinginkan, agar tidak mengganggu aktivitas sehari-hari.

## **2. Sejarah Perkembangan Youtube**

**Gambar 2.** Kantor Pusat YouTube



Sumber : [id.wikipedia.org](https://id.wikipedia.org)

Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang merupakan karyawan pertama PayPal. Hurley belajar desain di Indiana University di Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu

komputer di University of Illinois di Urbana-Champaign. Youtube adalah perusahaan konten buatan pengguna yang berisi ribuan film pendek dan serial televisi serta ratusan film unggulan. Dengan menyediakan lebih dari 2 miliar video setiap hari, itu telah menjadi pemimpin yang tak terbantahkan dalam berbagi video online.

Youtube terutama menghasilkan pendapatan dengan menjual iklan di beranda dan halaman hasil pencarian, serta di videonya. Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, melihat, dan berbagi video. Perusahaan ini berlokasi di San Bruno, California. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen (mantan CTO) dan Chad Hurley (mantan CEO). Youtube saat ini merupakan anak perusahaan dari raksasa pencarian Internet Google.

Pada November 2006, Google mengakuisisi YouTube, LLC senilai \$1,65 miliar dan secara resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. Penggunanya termasuk klip video, klip televisi, dan video musik. Selain itu, ada konten amatir, seperti blog video, video pendek asli, dan video pendidikan.

YouTube pada awalnya adalah perusahaan start-up teknologi, dari November 2005 hingga April 2006 oleh Sequoia Capital menginvestasikan 11,5 juta dolar AS. Kantor pertama Youtube terletak di atas sebuah pizzeria dan restoran Jepang di San Mateo, California. Nama domain [www.Youtube.com](http://www.Youtube.com) aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya.

Video pertama yang muncul di Youtube berjudul Me at the zoo. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di San Diego Zoo yang diunggah pada tanggal 23 April 2005 dan masih ada sampai sekarang di situs ini. outube menyediakan uji beta pada Mei 2005, enam bulan setelah peluncuran resminya pada November 2005. Situs ini telah berkembang pesat. Pada bulan Juli 2006, perusahaan mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap hari dan situs web tersebut menerima 100 juta penayangan video setiap hari.

Sebagian besar konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain telah mengunggah materi mereka ke situs sebagai bagian dari program mitra YouTube. Pengguna yang tidak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna yang terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tidak terbatas.

Pada November 2011, jejaring sosial Google+ terintegrasi langsung dengan browser Youtube dan Chrome, dan video YouTube dapat ditonton di Google+. pada bulan Desember 2011.

Youtube meluncurkan antarmuka baru. Saluran video ditampilkan di kolom tengah beranda, seperti juga sumber berita di situs jejaring sosial. Pada saat yang sama, versi baru dari logo Youtube dengan warna merah tua dipasang. Ini adalah perubahan desain pertama sejak Oktober 2006.



### **3. Karakteristik Youtube**

Karakteristik Youtube membuat banyak pengguna merasa nyaman menggunakannya, seperti halnya berikut :

#### **a. Memberikan Layanan Gratis**

Secara umum, YouTube menyediakan layanan gratis, terutama untuk menikmati dan mengakses video yang terdapat dalam sistem. Ini berarti bahwa untuk mengakses video apa pun, pengguna tidak perlu memiliki akun premium atau membayar jumlah berapa pun dalam jangka waktu tertentu. Pengguna hanya perlu memiliki akses jaringan untuk mengakses video-video yang mereka minati. Selain itu, pengguna dapat mengakses video ini secara gratis. Aturan yang sama berlaku untuk layanan yang mengunggah atau menampilkan video dan membuatnya dapat diakses oleh pengguna dan publik.

#### **b. Men-download (Unduh) Beberapa Video Tertentu**

Youtube memungkinkan penggunanya untuk mendownload video tertentu. Video seperti itu biasanya high-definition, jadi jika pengguna ingin menonton video beberapa kali, mereka hanya perlu mengunduhnya. Setelah unduhan berhasil, video dapat disimpan di setiap perangkat dan dinikmati kapan saja tanpa menggunakan koneksi internet.

#### **c. Mengakses dan Berbagi Informasi seputar Hal-Hal Teknis**

Banyak pengguna mengunjungi YouTube untuk mempelajari

cara melakukan hal-hal tertentu, seperti demonstrasi memasak, cara menggunakan aplikasi di komputer, meracik jamu dan obat herbal dari rempah-rempahan, mendaur ulang sampah, metode praktis melakukan hal-hal yang awalnya rumit atau tidak efektif, mengasah berbagai keterampilan dan sebagainya

d. Mengakses Video Streaming

Mengakses video streaming, baik secara langsung maupun tidak adalah manfaat lain yang disediakan oleh YouTube. Dengan YouTube, Anda dapat mengakses siaran yang disiarkan di TV lokal, nasional, dan bahkan internasional, terlepas dari apakah siaran itu sedang disiarkan atau sudah disiarkan.

e. Mengenalkan dan Memasarkan Produk

Sebagian besar pengguna YouTube juga menggunakan jejaring sosial ini untuk memperkuat dan mempromosikan bisnis yang mereka kelola. Memasarkan produk di dunia online seperti membuka titik penjualan baru, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan dan konsumen. Ini berlaku terutama untuk bisnis online yang memasarkan dan memperkenalkan produk mereka melalui koneksi dan perangkat Internet. Hal ini juga menunjukkan bahwa manfaat jaringan komputer diperlukan untuk menghubungkan banyak orang ke satu bidang (Internet).

f. Mengakses Video Informatif

Jika kita mengikuti acara dan siaran TV terbaru, kita sering melihat banyak informasi, dengan tulisan "Courtesy: Youtube" di bagian bawah layar TV. Hal ini menunjukkan bahwa tim kreatif acara lebih banyak menggunakan YouTube sebagai referensi untuk menyusun konten acara. Hal ini juga menunjukkan bahwa selama Anda mengunjungi YouTube, Anda bisa mendapatkan banyak informasi, dari video hingga berita

g. Mengetahui Respon dan Komentar Khalayak

Fungsi "Suka" dan "Komentar" Youtube memudahkan pengguna yang mengunggah dan membagikan video tertentu untuk menemukan reaksi dan komentar konsumen tentang kualitas dan konten video. Tidak diragukan lagi hal ini sangat berharga sebagai bahan evaluasi dan referensi untuk pembuatan video berikut ini.

h. Memfasilitasi Pengguna Menguasai Skill Dasar Membuat Video

YouTube, memungkinkan mereka mempelajari cara memodifikasi video dan meningkatkan kualitas video secara otodidak. Misalnya, ini bisa dilihat di fungsi editor Youtube. Meski fitur yang disediakan jauh lebih sederhana dan jauh lebih sedikit dibandingkan aplikasi edit video lainnya, layanan ini sangat cocok untuk pengguna. Setidaknya, mereka dapat mengetahui cara menggabungkan, memutar, memotong, gerakan lambat untuk menemukan hak musik gratis untuk ditambahkan ke video buatan pengguna.

#### **4. Fitur Youtube**

Fitur-fitur yang ada dalam Youtube, di antaranya sebagai berikut:

a. Mencari video

Situs ini mengumpulkan semua jenis video yang telah diunggah, tentu saja Youtube memiliki semua jenis video. Pengguna dapat mencari berbagai jenis video dengan memasukkan kata kunci di bagian pencarian

b. Memutar video

Setelah pengguna mendapatkan video yang diinginkan, pemirsa dapat langsung memutar video dengan sekali klik. Tentunya agar video dapat berjalan dengan lancar selama pemutaran, koneksi internet sangat penting untuk kelancaran dalam menonton video.

c. Mengunggah (mengupload) video

Akun penonton yang telah terdaftar di YouTube dapat mengupload video ke akunnya. Semakin besar ukuran videonya, semakin besar pula pengaruhnya terhadap waktu upload video.

d. Mengunduh (mendownload) video

Penonton juga dapat mengunduh video di Youtube secara gratis. Ada banyak cara, seperti menyalin dan menempelkan URL video di situs web seperti [www.savefrom.net](http://www.savefrom.net) selain itu pengguna dapat mendownload dengan google.

e. Berlangganan (Subscrib)

Fungsi gratis ini berlaku, sehingga pengguna dapat berlangganan video terbaru dari akun dimana mengklik tombol "Berlangganan", serta dapat menerima pemberitahuan secara langsung dari kotak masuk email pengguna.

f. Live Streaming (Siaran Langsung)

Fitur streaming ini merupakan fitur yang disediakan oleh internet untuk pemilik konten atau pengguna yang sudah memiliki akun Youtube yang tentunya sangat bermanfaat. Jika video tidak ditemukan, Youtube umumnya merekomendasikan video yang mirip dengan istilah pencarian yang dicari.

## **5. Fungsi Youtube**

Secara umum, jejaring sosial seperti Youtube memiliki berbagai fungsi yang dapat digunakan penggunanya. Menurut Abraham (2013: 37) dalam bukunya "Sukses menjadi artis dengan Youtube", isinya adalah sebagai berikut:

- a. Kemiripan ciri-ciri tertentu atau interaksi timbal balik yang pernah terjadi dalam Periode waktu tertentu Berfungsi untuk memperluas interaksi, sehingga memicu nostalgia yang bisa dirasakan bersama.
- b. Menambah ide atau wawasan melalui informasi, berbagi, dan umpan balik.

- c. Mencitrakan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga terkait dengan gengsi dan keinginan untuk memperbarui teknologi informasi.
- d. Dalam bidang pendidikan, Anda bahkan dapat melakukan transaksi dan pemikiran media bisnis, politik, dan budaya.
- e. Dalam upgrade baru, alat-alat ini juga dapat digunakan sebagai sarana intelijen, mengungkap berbagai kejahatan hukum, sarana bantuan dan sarana berita warga.
- f. Selain itu juga dapat digunakan sebagai media hiburan, atau dapat mencuci mata setelah banyak berpikir, misalnya menonton film yang menarik, penemuan baru, bermain game, dll.

## **6. Pengguna Youtube**

Menurut siaran pers Youtube di halaman resminya, statistik pengguna Youtube adalah sebagai berikut:

- a. Ada lebih dari 2 miliar pengguna yang menonton video miliaran jam setiap hari dan menghasilkan miliaran penayangan
- b. Secara umum, bahkan YouTube di perangkat seluler telah menjangkau pengguna berusia 18-34 tahun dan 18-49 tahun melampaui jaringan televisi kabel mana pun di Amerika Serikat.
- c. Youtube telah merilis versi lokal di lebih dari 100 negara/wilayah, dengan total 80 bahasa yang tersedia untuk diakses.

## 7. Kelebihan dan Kekurangan Youtube

**Tabel 2.** Kelebihan dan Kekurangan Youtube

Kelebihan	Kekurangan
Anda dapat menonton dan mengunggah video yang kamu sukai	dapat disalah gunakan oleh pengguna
sebagai sarana promosi diri, atau perusahaan	banyak Informasi Menyesatkan di banyak negara / wilayah
dapat mengunduh video bebas iklan	Banyak iklan
bisa mempelajari cara streaming	Banyak video berkualitas tinggi tidak cocok untuk koneksi lambat
banyak video bermanfaat berukuran tinggi	tidak dapat diunduh secara langsung

Sumber : nadiayelly.wordpress.com

Media massa saat ini sedang melakukan beberapa perkembangan penting ke arah teknologi informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, hal ini akan melahirkan teori media baru untuk beradaptasi dengan kemunculan media baru yang menganut perkembangan era digital. Dengan konsep new media ini dapat mengakses informasi dengan lebih cepat (Bungin, 2008).

Penyampaian informasi melalui dunia maya menjadikan hubungan yang terjadi semakin luas, dan yang terjadi lebih dari sekedar

transmisi informasi. Yang terjadi pada sebagian orang adalah terbentuknya komunitas online, yang membentuk proses interaktif yang lebih dalam.

Oleh karena itu, tentu bukan tidak mungkin dakwah membekali manusia dengan ilmu agama dengan cara yang berbeda dari bentuk awal tradisional.

Konsep dakwah dan media digital akan memberikan hal-hal baru dalam menyebarkan ilmu agama kepada masyarakat dan memudahkan masyarakat memperoleh ilmu agama dari berbagai ulama yang diinginkannya. Media massa saat ini sedang mengalami beberapa perkembangan besar ke arah teknologi informasi dan komunikasi.

Penyampaian informasi melalui dunia maya menjadikan hubungan yang terjadi semakin luas, dan yang terjadi lebih dari sekedar penyampaian informasi. Yang terjadi pada sebagian orang adalah terbentuknya komunitas online, yang membentuk proses interaktif yang lebih dalam. Tentunya banyak perubahan besar yang terjadi pada konsep dakwah saat ini, terutama pada metode yang digunakan. Transformasi pendekatan dakwah dari era tradisional ke era digital (komunitas online) telah banyak dimanfaatkan dalam media yang digunakan, dan media yang lebih luas akan memberikan peluang dakwah untuk melebarkan sayapnya ke jangkauan jaringan yang lebih luas (Cyberspace). Namun hal ini bisa juga terjadi, sebaliknya di era pertukaran informasi yang pesat,



perubahan yang terjadi dapat berdampak negatif terhadap perkembangan dakwah.

Tentunya dalam hal ini, jika dakwah melalui dunia maya bisa berbeda dengan konsep modern dan tetap menjaga orisinalitas serta mengedepankan visi yang diajukan, maka ini akan menjadi tanggung jawab dakwah dan bergantung padanya. Peserta dakwah. Kemudian, dalam Alquran tentunya publik akan tetap menjadi pengagum setia materi aktor dakwah tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Oenong Uchjana Effendi, strategi yang disebutkan dalam bukunya adalah merencanakan dan berusaha mencapai tujuan.

Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tersebut tidak hanya harus digunakan sebagai bentuk pedoman, tetapi harus dapat menunjukkan seperti apa strategi tempurnya (Oenong, 1992). Dengan cara ini terlihat bahwa strategi merupakan konsep manajemen yang sebaik mungkin untuk mencapai tujuan.

Perbedaan antara media baru dan media lama adalah bahwa media baru mengabaikan keterbatasan model cetak dan penyiaran, karena memungkinkan dialog antara beberapa kelompok dan memungkinkan penerimaan, pertukaran, dan redistribusi objek budaya secara simultan, yang membuat tindakan pertukaran dari pentingnya hubungan regional Lokasi terputus. Dan modernitas ini menyediakan konektivitas global instan dan menyediakan penyedia informasi modern/postmodern untuk jaringan.

Membandingkan media baru dengan media cetak, fotografi, atau televisi tidak akan pernah menceritakan keseluruhan cerita. Karena meskipun dari satu perspektif, media baru sebenarnya adalah jenis media lain, dari perspektif lain, mereka hanyalah jenis data komputer tertentu. Dalam proses perkembangannya, media baru harus memiliki fungsi tertentu untuk menjadi bahan yang terus diperhatikan media. Media baru memiliki fungsi sebagai berikut (Lia Herliani, 2015):

- a. Menyediakan arus informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat kapan saja dan di mana saja. Dengan cara ini, orang dapat lebih mudah menemukan apa yang mereka cari atau butuhkan, dan hal-hal ini pada umumnya harus ditemukan langsung dari sumber informasi.
- b. Sebagai sarana transaksi jual beli. Sangat mudah untuk memesan produk secara online atau menghubungi layanan pelanggan.
- c. Sebagai sarana hiburan. Misalnya: game online, media sosial, dan video streaming.

## **C. Media Dakwah**

### **1. Pengertian Dakwah**

Dakwah berasal dari kata *دعا يدعو دعوة* yang berarti memanggil, mengundang, berdoa, memohon, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan dan amal (Basit, 2013 : 43).

*ud'u* merupakan *fi'il amr* yang berarti ajaklah atau serulah.

Pembahasan berikut ini akan menelusuri keempat kata tersebut dalam Al-Qurʿan untuk pengembangan wawasan.

a. Kata *daʿa*

Kata *daʿa* adalah fiʿil madhi, merupakan kata kerja lampau. Kata ini disebutkan dalam sepuluh surat dan sebelas ayat. Kata *daʿa* memiliki banyak arti, yaitu meminta, memohon, berdoa dan menyeru. Dalam Tafsir Al Mishbah, kata *daʿa* dimaknai dengan empat arti, yaitu memohon, berdoa, menyeru, dan mengetuk.

b. Kata *yadʿuw*

Kata *yadʿuw* adalah fiʿil muzhariʿ, artinya perbuatan yang dilakukan atau akan dilakukan. Kata ini adalah bentuk tunggal (mufrad) dan bentuk jamaknya adalah *yadʿuwna*. Kata ini disebutkan sebanyak 21 ayat pada 20 surat dalam Al-Qurʿan. Dalam AlMishbah, kata *yadʿuwna* memiliki banyak arti.

c. Kata *daʿwah*

Kata *dakwah* merupakan isim *masdar* (invinitive). Kata tersebut dalam Al-Qurʿan disebutkan sebanyak lima kali yang bermakna panggilan.

Al-qurʿan menggunakan kata yang masih bersifat umum artinya *dakwah* bisa berarti menyeru kepada kebaikan, seperti firman Allah dalam surat Yunus(10)

ayat 25:

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya : *Dan Allah menyeru (manusia) ke Darus-salam (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki ke jalan yang lurus (Islam).*

## 2. Definisi Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin median yaitu bentuk jamak dari kata medium yang artinya alat, perantara, penghubung atau penghubung antara dua aspek yang artinya dapat digunakan sebagai alat atau perantara guna mencapai tujuan (Asmuni 1983: 163 ).

Media mengacu pada perangkat fisik yang menafsirkan pesan-pesan ataupun konten instruksional, seperti buku, film, video, kaset dan slide.

Media Dakwah merupakan salah satu unsur esensial dan penting dalam kegiatan dakwah yang tidak dapat dipisahkan dari unsur-unsur lainnya. Karim (1983:17) mengklasifikasikan unsur-unsur Dakwah menjadi 5 kategori. Pertama, objek dakwah, kedua adalah dai, ketiga adalah jamaah atau mad'u, keempat adalah terorganisir dan yang kelima adalah media. Hamzah Ya`qub berpendapat bahwa, makna atau wasilah dakwah terbagi ke dalam lima kategori, yaitu:

- a. Lisan : Golongan yang termasuk didalamnya adalah khotbah, ceramah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.
- b. Lukisan : Gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain- lain.

- c. Tulisan : Buku, majalahh, surat kabar, bulletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain.
- d. Audio visual : Yaitu suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran. Seperti televisi dan Youtube.
- e. Akhlaq : Suatu cara penyampaian yang langsung ditujukan dengan perbuatan nyata.

Berdasarkan klasifikasi media dakwah yang disebutkan di atas oleh Hamzah Ya`qub, contoh salah satu media sosial yaitu Youtube yang memuat berita dakwah yang sangat banyak dan durasi panjang. Media Youtube sudah masuk dalam kategori audiovisual, karena dalam akun dakwah jejaring sosial Youtube telah mempublikasikan foto dan video yang bisa dilihat dan disimak. Media sosial digunakan sebagai media dalam dakwah, hal ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan guna memudahkan pendakwah dalam menyebarkan pesan dari dakwah ke mad`u, serta memudahkan mad'u untuk dapat melihat dakwah. hanya menggunakan ponsel sudah bisa menyimak dakwah yang disampaikan beberapa pendakwah yang berada di Youtube.

### **3. Jenis-Jenis Media Dakwah**

Media Dakwah berarti sarana penyampaian pesan-pesan yang terkandung dalam dakwah dengan berbagai cara. (Mudjiono, 1990: 23) menjelaskan bahwa jenis dakwah ada tiga cara:

- a. The Printing Writing merupakan sarana dakwah berupa kata-kata, foto, lukisan, dll. Hanya viewable content, seperti seperti koran,

majalah, buku, buletin, foto, dll.

- b. Audiovisual adalah khotbah dalam bentuk gambar real-time yang dapat disaksikan dan didengarkan secara real time, seperti TV, film, video, dll.
- c. The Spoken Word merupakan suatu media tutur atau suara yang hanya dapat didengar, seperti radio, tape recorder, musik, dll.

Berdasarkan hakikat misinya, media komunikasi terbagi menjadi 2 kategori yakni:

1) Media tradisional

Artinya, media tradisional adalah sarana untuk pertunjukan berbagai seni tradisional di hadapan public. Misalnya seperti ludruk, wayang, drama, dll.

2) Media Modern

Pada umumnya media modern disebut dengan media elektronik. Media modern terdiri dari berbagai jenis diantaranya televisi, radio, berita, film, Youtube dll.

Klasifikasi di atas disandarkan pada kenyataan, bahwa bangsa Indonesia mempunyai media-media tradisional yang beragam. Pada zaman dahulu media tradisional digunakan oleh para wali sembilan untuk berdakwah. Fakta menunjukkan bahwa penunjukan media walisongo telah menyebabkan

mayoritas masyarakat Indonesia menjadi Muslim.  
(Hamzah 1993: 58-59).

#### **4. Fungsi dan Tujuan Media Dakwah**

Pada hakikatnya dakwah memiliki 2 fungsi utama, yakni fungsi risalah serta fungsi kerahmatan. Singkatnya, dakwah merupakan proses perkembangan serta transformasi masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik. Kebajikan dalam dakwah berperan untuk menjadikan Islam sebagai gagasan dalam kehidupan individu. Atas dasar fungsi-fungsi di atas maka dikemukakan beberapa fungsi lain, selain yang diuraikan di atas, yaitu:

- a. fungsi informasi, yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada objek yang dibutuhkan.
- b. Fungsi Tabyin adalah peran kedua setelah hukum Islam Alquran diberitahukan kepada publik. Da'i harus menjadi sumber untuk memberi penjelasan mengenai hakikat Islam kepada khalayak. Maka dari itu, antera adalah konsep dalam dakwah yang dikemukakan dalam Alquran.
- c. Fungsi Tabsyir dan tanzil adalah dua metode dakwah yang fungsinya membawa kabar baik kepada penerima dakwah. Sebaliknya, ia menginformasikan mereka yang menolak menerima dakwah Islam (Rosyidah 2009: 71-72).

- 1) Sebagai pedoman, Islam mutlak diperlukan, agar Islam menjadi rahmat pengatur kehidupan manusia.

- 2) Menjaga pesan asli Nabi SAW dan meneruskannya dari generasi ke generasi.
- 3) Hindari kemuraan Allah SWT yaitu menghindari siksaan yang diderita oleh semua orang di dunia (Aziz 2004: 110).

Pada saat yang sama, tujuan keseluruhan dari Dakwah adalah untuk menyelamatkan umat manusia untuk bergerak dari kegelapan menuju jalan yang lebih terang supaya mereka bisa memahami kebenaran.

Tujuan dakwah dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- a) Tujuan khusus dakwah adalah tujuan tertentu sehingga ketika dakwah tertentu dilaksanakan, macam kegiatan yang hendak dilakukan, ditujukan kepada siapa dan melalui cara apa supaya tidak terjadi kesalahpahaman (Munir 2015: 57)
- b) Tujuan umum dari dakwah merupakan sesuatu yang ingin di capai dalam aktivitas dakwah. Tujuan dakwah yang bersifat umum berarti bahwa gerakan-gerakan dakwah harus ditunjukkan serta di arahkan (Munir 2015: 58).

Guna mengamati keberhasilan dalam kegiatan dakwah (terutama kegiatan yang berkaitan dengan



tujuan-tujuan dalam jangka waktu yang panjang) pastinya membutuhkan proses serta waktu yang cukup lama. Hal ini terlihat dari perjuangan Nabi Muhammad terkait dengan penurunan Alquran secara bertahap, selama ini Nabi dan para sahabatnya rajin mengajar Alquran dan membimbing para pengikutnya. Oleh karena itu, pada akhirnya mereka berhasil membentuk sebuah komunitas dimana ilmu, iman, keadilan serta kemakmuran diintegrasikan di bawah berkah Allah.

## **5. Dampak Media Dakwah**

Hakikatnya, komunikasi dalam dakwah bisa menggunakan berbagai metode untuk memancing perasaan manusia serta menarik perhatian mad'u. Media dalam Dakwah dibedakan menjadi dua yaitu media massa dan non media massa (Wahyu 2010: 105).

Media digunakan oleh banyak komunikator dan mereka tinggal berjauhan. Metode komunikasi yang populer yang biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah surat kabar, radio, televisi dan film-film yang bergerak di bagian informasi-informasi dakwah.

Sementara itu, media non-massa biasa dipergunakan untuk sarana komunikasi oleh orang ataupun kelompok-kelompok tertentu misalnya surat, panggilan, SMS, fax, bulletin board, CD, dll.

Semua diklasifikasikan karena tidak mengandung nilai-nilai yang simultan serta koresponden yang relatif sedikit. Media komunikasi

massa memberi dampak positif yaitu dapat meningkatkan intensitas, kecepatan, dan cakupan komunikasi manusia dengan berbagai macam cara. Salah satunya, ia tidak ketinggalan pada komunikasi massa dakwah, Cara terbaik untuk mempopulerkan, mengajar, memperkuat atau mengingat hal-hal tertentu tentang Dakwah.

Keunggulan dakwah melalui penggunaan media adalah media dapat melakukan sinkronisasi yang artinya pesan bisat diterima oleh komunikator dengan jumlah yang cukup banyak. Oleh karena itu, penyebaran informasi di media yang sangat efektif dalam merubah sikap, perilaku, dan pendapat sebagian besar komunikator.

Ketika media juga digunakan untuk hal-hal negatif, penggunaan media dakwah juga dapat membawa dampak negatif. Penggunaan jejaring sosial tidak dibatasi. Oleh karena itu, jika orang yang menggunakan jejaring sosial tidak hati-hati, seperti kecerobohan, dapat menimbulkan akibat yang tidak diinginkan. Di jejaring sosial maupun internet, terdapat berbagai perubahan akibat persaingan yang ketat serta kurangnya pengawasan yang ketat atas pemakaian situs-situs jejaring sosial. Maka dari itu, dalam menggunakan media dalam proses dakwah kita harus hati-hati

## **6. Bentuk-Bentuk Media Dakwah**

### **a. Media Visual**

Media visual adalah bahan atau alat yang bisa dijalankan guna kepentingan dalam dakwah dengan indra penglihatan (Munir, 2009:116)

### 1) Film Slide

Film slide merupakan gambar yang telah direkam dalam film yang sudah ditentukan, sehingga hasil yang didapatkan akan selaras dengan jadwal yang telah ditentukan. Lakukan operasi tayangan slide melalui proyektor dan proyeksikan gambar di layar. Keuntungan yang didapatkan dari penggunaan film slide ini adalah dapat memperoleh gambaran yang jelas pada penonton mengenai informasi-informasi yang dikirimkan oleh pendakwah. Meski kekurangannya adalah program ini diproduksi dengan slideshow, namun membutuhkan spesialis di bidang fotografi serta grafis. Selain itu, ruang listrik khusus juga dibutuhkan (Munir, 2009: 116-117).

### 2) Overhead Proyektor (OHP)

OHP merupakan sejenis perangkat keras yang bisa memproyeksikan program ke layar melalui program yang digambar di atas plastic yang transparan. Peralatan ini cocok digunakan dai untuk menyebarkan dakwah ke lingkungan yang luas. Keuntungan yang didapatkan dalam penggunaan OHP adalah acara bisa diatur sesuai keinginan sendiri, terlebih lagi jika program tersebut dipenuhi dengan berbagai seni-seni grafis yang atraktif. Kerugiannya membutuhkan ruangan khusus dengan listrik dan kreativitas

untuk menyampaikan informasi-informasi melalui seni grafis yang cukup menarik (Munir, 2009: 116-117).

### 3) Gambar dan Foto

Gambar ataupun foto merupakan dua jenis materi visual yang dapat dilihat dimana saja dan sering digunakan sebagai media periklanan yang menarik seperti koran dan majalah. Seiring dengan waktu, gambar serta foto dapat dimanfaatkan untuk media dalam dakwah dengan memuat informasi-informasi ataupun pesan-pesan yang selaras dengan materi-materi dakwah.

Da'i yang dapat berinovasi tentunya dapat memanfaatkan gambar secara efektif guna mencapai tujuan dakwah. Keuntungan dari jenis media ini terletak pada kesesuaian antara evangelisasi dan pembangunan melalui pemberitaan dalam surat kabar ataupun majalah, dan keaslian situasinya melalui fotografi secara langsung. Biayanya pun relatif tidak mahal, bisa dilakukan kapanpun tanpa tergantung jamaahnya. Kelemahannya adalah dai tidak dapat secara langsung memantau keberhasilan misi. Salinan ini juga mendorong dai agar menjadi inovatif dan kreatif (Munir, 2009: 116-117).

## b. Media Audio

Media audio adalah alat yang dioperasikan sebagai sarana untuk menunjang kegiatan dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran (Munir, 2009 :116-117).

### 1) Radio

Dakwah melalui transmisi radio sederhana dan praktis, sehingga jarak komunikasi yang jauh dan terpencar dapat terjangkau. Selain itu, penyiaran sangat menarik. Ketertarikan ini disebabkan oleh hakikat kehidupannya yang disebabkan oleh tiga unsur yaitu musik, suara serta efek bunyi. (Aziz 2004: 120).

### 2) Tape Recorder

Alat perekam adalah media elektronik yang fungsinya untuk merekam suara pada kaset dan mereproduksinya sebagai suara dari kaset yang berisi hasil rekaman. Dakwah perekam ini relatif murah dan bisa dimainkan kapan saja sesuai kebutuhan dan kebutuhan. Selain itu, dakwah juga dapat merekam program dakwahnya di satu tempat dan mendistribusikan hasil rekamannya (Munir, 2009 : 119-120).

## c. Media Audio Visual

Media audio visual merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, dimana informasi-informasi tersebut

disajikan dalam bentuk gambar dan suara secara bersamaan. Misalnya televisi, film, dan internet (Aziz, 2004 : 120).

#### 1) Televisi

Warga Indonesia banyak yang menghabiskan waktunya hanya untuk menonton televisi. Jika Dakwah Islam dapat menggunakan cara-cara tersebut secara efektif, maka secara otomatis pengaruh Dakwah akan meluas dan kesan religius akan semakin dalam (Aziz, 2004: 154). Program radio Dakwah yang berlangsung hendaknya diarahkan pada tujuan-tujuan Dakwah dalam berbagai bidang, sehingga tujuan-tujuan Dakwah dalam meningkatkan kesadaran serta aktivitas beragama melalui program-program yang disiarkan televisi. Sekarang ini banyak program dakwah yang disiarkan melalui televisi, misalnya Islam itu Indah di saluran Transtv, Mamah Dedeh di tv one serta di saluran televisi lainnya.

#### 2) Film

Film yang dimanfaatkan sebagai sarana dakwah harus dengan tugas-tugas da'i, lalu latar belakang, pengambilan gambar dan pertunjukan. Membuat film sebagai sarana dakwah memerlukan keseriusan serta waktu yang tidak sedikit. Karena selain prosedur dan prosesnya yang panjang serta harus profesional, juga membutuhkan

biaya banyak. Akan tetapi, melalui bantuan media, film-film ini dapat menjangkau beberapa kelompok. Selain itu, penampilan psikologis, live serta visible bisa dilanjutkan melalui animasi memiliki trend unik dalam daya efektifnya di hadapan penonton (Munir, 2009: 121).

### 3) Internet

Media internet dapat digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi tentang Islam secara luas karena media internet memiliki jangkauan akses yang sangat luas, yaitu tidak tunduk pada batasan daerah, budaya atau lainnya. Internet dapat digunakan sebagai khalayak (mad'u) atau sebagai lawan bicara untuk berpartisipasi dalam kegiatan dakwah sebagai media dan ruang untuk berekspresi. Setiap orang bisa memperoleh informasi tentang keagamaan melalui berbagai platform yang menggunakan akses Internet (Fakhrurrozi, 2007: 48).

Potensi dan efisiensi internet untuk berjejaring dan menggunakan untuk dakwah begitu besar, oleh karena itu dakwah bisa diciptakan dengan cara membuat jaringan informasi mengenai Islam ataupun jaringan informasi dengan sebutan Cyber. Untuk mewujudkannya memerlukan koneksi Internet untuk mengaksesnya.

#### d. Media Cetak

Media cetak adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara tertulis dan tercetak. Salah satu contoh media cetak adalah buku, surat kabar, dan majalah (Munir, 2009: 122).

##### 1) Buku

Ulama-ulama salaf menggunakan buku sebagai sarana dakwah yang cukup efektif. Buku memiliki ketahanan yang cukup lama selain itu dengan adanya buku dapat menjangkau berbagai pembaca lintas ruang dan waktu. Banyak sastrawan dan sastrawan yang mengabadikan kegiatan dakwahnya dalam bentuk buku. Sama halnya Imam Al-Ghazali yang membuat karya dalam bentuk kitab *Ihya` Ulumuddin* dan Imam Nawawi menulis *Riyadh Ash-Salihin* (Munir, 2009:123).

##### 2) Surat kabar

Koran dapat ditemukan dimana saja, karena koran memiliki harga yang relatif murah, dan menyajikan berita selalu up-to-date. Selain itu kora juga berbagai jenis berita. Koran dirilis dengan sangat cepat, karena jika beritanya terlambat, maka beritanya akan ketinggalan zaman. Dakwah melalui surat kabar, yaitu melalui dai yang menulis materi dakwah yang berhubungan dengan rubrik keagamaan di kolom surat kabar (Munir, 2009:124).



### 3) Majalah

Majalah berfungsi sebagai media penyebaran informasi serta tugas-tugas yang diemban oleh redaksi. Majalah cenderung memiliki kriteria-kriteria tertentu, beberapa di antaranya secara khusus ditujukan untuk perempuan, remaja, pendidikan, agama, teknologi, kesehatan, olah raga, dll. Walaupun majalah memiliki ciri khasnya masing-masing, majalah tetap dapat dijadikan sebagai media dakwah, itu adalah memasukkan tugas dai ke dalam konten tematik mereka untuk topik umum. Kalau majalahnya majalah agama, bisa dijadikan majalah dakwah. Jika dakwah melalui majalah, dakwah dapat menggunakannya dengan cara membuat kolom yang berkaitan terhadap islamisasi (Munir, 2009: 124).

Pengklasifikasian media dakwah yang telah diuraikan di atas tidak terlepas dari dua media penerimaan informasi yang di kemukakan oleh Al-qur'an dalam surat Al Mukminun ayat 78 :

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya : *Dan Dialah yang telah menciptakan bagimu pendengaran, penglihatan dan hati nurani, tetapi sedikit sekali kamu bersyukur.*

Dan Al Mulk ayat 23 :

وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ فَقَالَ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَهِ غَيْرُهُ  
أَفَلَا تَتَّقُونَ

Artinya : *Dan sungguh, Kami telah mengutus Nuh kepada kaumnya, lalu dia berkata, “Wahai kaumku! Sembahlah Allah, (karena) tidak ada tuhan (yang berhak disembah) bagimu selain Dia. Maka mengapa kamu tidak bertakwa (kepada-Nya)?”*.

Kegiatan Dakwah mengalami perubahan dari waktu ke waktu sesuai dengan status serta keadaannya. Media mengacu pada semua media yang digunakan dalam komunikasi. Pada level ini, Islam seolah mampu beradaptasi dengan berbagai media tradisional dan modern. Masalah media adalah masalah peradaban manusia. Peradaban sangat erat kaitannya dengan waktu, tempat, budaya yang beredar, dan peningkatan prakarsa dan kemampuan manusia. Oleh karena itu, diketahui bahwa dakwah setiap saat akan selalu menggunakan bahasa yang paling sederhana (seperti bahasa dan simbol) untuk media yang digunakan berupa bahan seperti buku, huruf, dan gambar. Prestasi teknis saat itu (Taufik 2013: 163).

Penggunaan internet sebagai media dalam dakwah bukanlah hal baru bagi masyarakat. Internet tidak hanya dijadikan sebagai media gerakan sosial dan keagamaan dalam konteks Dakwah, tetapi Internet juga dijadikan sebagai domain dalam gerakan Dakwah. Internet merupakan arus dakwah di masyarakat. Media dakwah yang memanfaatkan jaringan internet adalah media sosial, dengan

adanya internet media sosial dapat digunakan untuk memperoleh berita dakwah secara visual maupun jelas dimana saja dan kapan saja. Media sosial yang biasanya dimanfaatkan untuk berdakwah diantaranya instagram, facebook, twitter, youtube dan media sosial lainnya yang bisa dijadikan media dakwah.

#### **D. Youtube Sebagai Media Dakwah**

Menurut Micheal Cross dalam penjelasan Umi Aflaha (2017) bahwa media sosial merupakan suatu term yang mendeskripsikan beragam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam kolaborasi, saling tukar informasi, dan berinteraksi lewat pesan yang berbasis web. Masyarakat sekarang berkomunikasi tidak hanya dengan tatap mata dan bertemu, namun di zaman modernisasi telah merubah semua gaya hidup masyarakat dengan memberi fasilitas yang mudah. Seperti halnya dulu seseorang kalau mau berkomunikasi dengan orang lain sangat begitu sulit namun sekarang menjadi lebih mudah berkomunikasi dengan orang lain dan kita juga lebih mudah mendapatkan informasi dunia luar lewat media sosial seperti media youtube. Kondisi tersebut bisa terjadi pada siapa saja, tak terkecuali pemuka agama khususnya para mubalig. Banyak mubalig yang memanfaatkan Youtube sebagai media dakwah mereka. Sejumlah mubalig yang memiliki akun ataupun menggunakan Youtube sebagai media dakwahnya mampu memperoleh penghasilan apabila sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Youtube tersebut. Seperti

pepatah, sekali dayung, dua tiga pulau terlampaui, yang bermakna bahwa syiar agama Islam dapat dilakukan melalui Youtube dan sekaligus mendapatkan keuntungan dari kanal yang dimilikinya di Youtube. Tidak mengherankan apabila saat ini mulai bermunculan istilah ustaz seleb. Istilah tersebut ditujukan kepada para ustaz ataupun mubalig yang seolah dikenal layaknya artis dan public figure melalui media sosial untuk berdakwah.

Sosial media adalah dua unsur yang disatukan dalam satu aplikasi yang mendukung sosialisai sekaligus sebagai media informasi, Pada era globalisasi seperti ini banyak kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk komunikasi, untuk mencari informasi, dan mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan adalah media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, path, line, twitter, youtube, dan lain sebagainya.

Media Youtube dimanfaatkan oleh pengguna untuk melihat berbagai jenis konten video. Pengguna dapat menggunakannya untuk live streaming seperti layaknya media televisi. Namun media youtube lebih mudah diakses dan menyediakan konten video yang lebih banyak, serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa YouTube adalah salah satu media yang dapat digunakan untuk menyebarkan dan memperoleh berbagai macam informasi. Media youtube juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, media youtube dapat mempermudah dalam penyampaian dan penerimaan dakwah.

Substansi ke-Islaman yang berorientasi kedakwahan, baik yang sifatnya individu maupun kelompok (organisasi), melalui teknologi dapat disiarkan dimanapun dan kapanpun. Youtube mempunyai beberapa kelebihan. Pertama, Youtube menyediakan berbagai fasilitas, seperti kajian Islam. Kedua, YouTube menyediakan ruang dialog atau komentar dari pengguna YouTube agar penyiaran Islam dapat dilakukan dengan benar. Dengan berbagai fasilitas yang dimiliki sendiri, Youtube dapat dijadikan sebagai sarana untuk mencari berbagai informasi dalam upaya meningkatkan keimanan, dan amal yang direalisasikan akan dijadikan atau diposisikan sebagai sumber informasi yang diperlukan bagi umat Islam lainnya.

Youtube berperan memberikan berbagai kemudahan dalam berdakwah, dengan adanya Youtube lebih memudahkan komunikasi antar pendukung pendidikan dalam arti yang luas, sehingga kualitas dan produktivitas umat Islam di era persaingan global dapat meningkat.

Seiring perkembangan zaman, dakwah dapat lebih berkembang secara luas seakan tidak ada batasan antara suku, bangsa dan agama. Dengan mengikuti perubahan zaman, perkembangan dakwah dapat lebih luas lagi dan bergerak seakan tanpa ada batas suku, bangsa dan agama. Semua pihak di belahan bumi dapat mengakses dakwah kapanpun dan dimanapun, meskipun bukan berasal dari agama muslim.

Munculnya media sosial membuat dakwah mendapatkan ruang yang besar untuk lebih berkreasi lagi. Dakwah menjadi lebih mudah

tersebar dan memasuki ruang pribadi setiap orang. Jika dahulu orang-orang harus menunggu waktu pengajian untuk mendapatkan informasi keagamaan, baik yang berkaitan dengan ibadah maupun muamalah.

Memasuki era media sosial saat ini, untuk mendapatkan informasi keagamaan, setiap orang hanya perlu mengunjungi channel yang tersedia salah satunya YouTube. Jika dahulu orang harus datang kepengajian dan bertanya langsung tentang apa yang dimaksud. Namun, di era digital saat ini orang hanya perlu mencari saluran media sosial tersebut untuk mencari topik tertentu. Seseorang mendapat kemudahan dalam mengakses informasi mengenai dakwah di ruang yang sangat pribadi. Kemajuan ini di satu sisi menjadi kemajuan tersendiri dalam hal penyelenggaraan dakwah, tugas dakwah bagi seorang pendakwah menjadi mudah. Karena perkembangan teknologi informasi memudahkan para misionaris untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran Islam, seperti agama Rahmatan lil alamin. Bagi mad'u, keberadaan jejaring sosial seperti YouTube memudahkan penyebaran dakwah itu sendiri. Karena ruang dakwah ini sudah menjadi ruang terbuka dan bebas, siapapun, bahkan agama apapun bisa mengaksesnya. Di era digital ini, yang harus diperhatikan adalah interaksi antara pendakwah dan mad'u nya. Padahal, dakwah bukan sekedar transfer agama dan ilmu. Namun lebih dari itu, komunikasi intensif antara pendakwah dan mad'u diharapkan dapat menjalin hubungan yang erat diantara keduanya. Proses dakwah tidak sebatas komunikasi antara dai dengan jamaahnya, tetapi hal yang paling utama yakni proses

interaksi, komunikasi dan sosialisasi antara pendakwah dan jamaahnya. Interaksi, komunikasi, dan sosialisasi pendakwah dengan jamaahnya tidak bisa dianggap sepele, karena bagaimanapun juga ada uswah dalam diri pendakwah sebagai modeling bagi jamaahnya. Uswatun hasanah yang diusung oleh para pendakwah sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah. perubahan karakter dan perilaku merupakan tujuan akhir dari kegiatan dakwah, yaitu membawa manusia dari kegelapan menuju terang benderang. Semua itu dapat tercapai karena tergantung dari uswatun hasanah para pendakwah itu sendiri, sehingga dapat terjadi proses peniruan.

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM CHANNEL YOUTUBE KI JOKO GORO GORO OFFICIAL**

### **A. Biografi Ki Joko Goro-Goro**

"Abdur Rokhim" berarti "hamba yang penuh kasih sayang", yang merupakan nama yang diberikan kepadanya oleh orang tuanya H. Muhtarom dan Hj Ruqoiyah, Masyarakat sekitar memberinya gelar Ki Joko Goro-goro karena dalam ceramahnya menggunakan wayang dan sering kali mempresentasikan tokoh-tokoh dalam goro-goro yang terdiri dari 4 rangkaian punakwan yaitu Bagong, Petruk, Semar dan Gareng.

KH Abdur Rokhim tidak berasal dari keluarga bangsawan, melainkan latar belakang keluarga yang sederhana. Orangtuanya hanyalah petani. Ia dua bersaudara H. Muhammad Rozi dan KH Abdur Rokhim. Masa kecilnya dihabiskan di pondok pesantren milik paman Fathul Huda Sidorejo di lingkungan Kabupaten Demak Karang Tengah. Tahun 1998 beliau menikahi perempuan yang bernama Khoirul Inayah. Gadis ini adalah santri di Pondok Pesantren Fathul Huda (Putri). Kini, ia memiliki tiga orang anak, Ahmad Lailul Nail (putra tertua), M Zaki (anak kedua), dan yang terakhir adalah Sherina.

KH Abdur Rokhim gemar bermain wayang sejak kecil. Setiap kali ada pertunjukan wayang, biasanya ia membeli wayang sebagai koleksi rumahnya. Sejak kecil, penampilannya sangat unik karena kerap memakai blangkon sebagai aksesoris di kepalanya. Beliau sangat pintar ketika masih di sekolah



dasar. Namun, ia harus kehilangan ayahnya pada usia 6 tahun karena sakit. Sepeninggal sang ayah, sang ibu bekerja membesarkan anak-anaknya, khususnya KH Abdur Rokhim. Karena persiapan studinya yang sangat tinggi, ia belajar di Pondok Pesantren Sidorejo di Kabupaten Demak.

KH Abdur Rokhim sudah gemar bermain wayang sejak kecil dan sudah menunjukkan bakatnya dalam berdakwah. Ia sering mewakili sekolahnya dalam lomba pidato. Alhasil, ia kerap menjuarai lomba pidato tingkat daerah, dan provinsi. Bakatnya begitu luar biasa sehingga akhirnya ia menularkan semangat bermain wayang kepadanya, dan kemudian menambah semangat dakwahnya. Hal-hal tersebut mirip dengan dakwah Sunan Kali Jogo di masa lalu. Pengaruh adat atau kebiasaan budaya di masyarakat sangat besar.

Oleh karena itu, seni pendalangan seperti gamelan, sangat dipuji oleh masyarakat. Pada kala itu Sunan Kalijaga menggunakan wayang sebagai pertunjukkan dimna untuk menarik minat masyarakat setempat. Karena masyarakat lebih menyukai keramaian pada saat itu, maka sangat cocok jika Sunan Kalijaga menggunakan wayang dan musik gamelan untuk berdakwah.

## B. Channel Youtube KI JOKO GORO-GORO Official

Untuk tampilan Channel Youtube KI JOKO GORO-GORO Official dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 3.** Tampilan Profil Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official



Sumber : [www.Youtube.com](http://www.Youtube.com)

Di era media baru ini, perkembangan zaman dan teknologi semakin pesat, sehingga memudahkan para da'i dalam menyebarkan dakwahnya, salah satunya dengan menyebarkan dakwah melalui media sosial Youtube.

Youtube adalah media sosial yang populer di kalangan semua orang karena aksesnya yang mudah. Youtube juga menyediakan berbagai jenis konten video, seperti konten hiburan, pendidikan, informasi, terutama informasi keagamaan atau ceramah, yang dapat dinikmati tanpa harus jauh-jauh mendengarkan dan melihat di majlis. Banyak orang yang sudah melakukan atau membuat video dakwah melalui channel youtube, termasuk Ki Joko Goro Goro lebih aktif melakukan dakwah di youtube, tujuannya untuk menyampaikan informasi yang dapat disebarluaskan kepada banyak

orang khususnya remaja atau generasi milenial yang sekarang lebih suka menggunakan internet ataupun media sosial youtube dibandingkan menghadiri pengajian secara langsung.

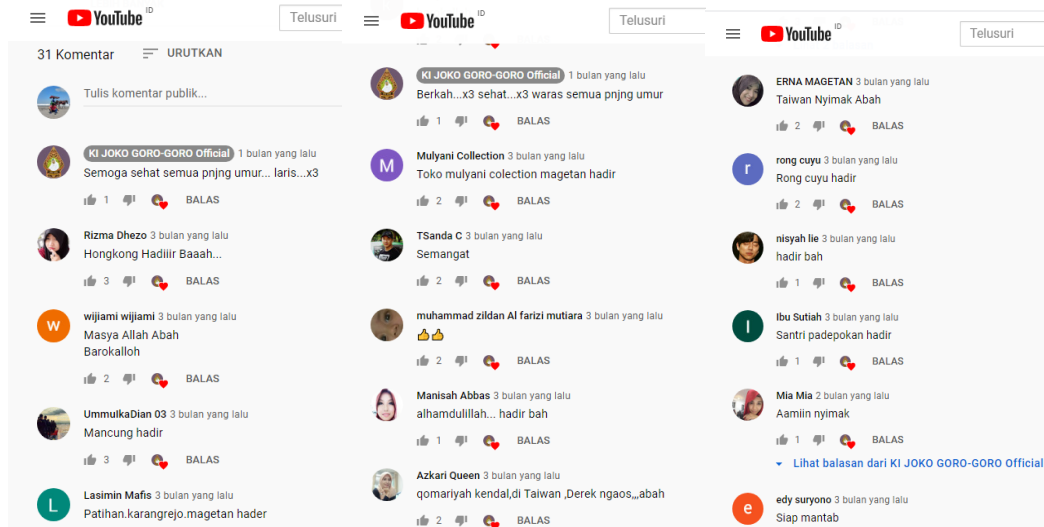
Ki Joko Goro-Goro pun sering berinteraksi dengan para subcribarnya di media sosial yang saat ini sedang banyak digemari masyarakat. Khususnya melalui Youtube yang kini sudah mencapai 350 pengikut, dan mulai membagikan video pertamanya di Youtube pada tanggal 24 februari 2021, yaitu membagikan video dengan judul Islam, Iman, Ihsan yang sudah ditonton 805 kali.

Pembuatan akun Channel Ki Joko Goro Goro Official pada tanggal 26 April 2020, sampai sekarang jumlah pengikutnya mulai merangkak naik karena konten yang beliau sajikan menarik dan bermanfaat. Dan hasil dari channel tersebut 100% untuk pembangunan pondok pesantren Darul Huda serta buat santri Ki Joko Goro Goro yang berada di desa Wonowoso kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak.

Video-video yang beliau buat kebanyakan memang ditujukan untuk berdakwah dan memotivasi banyak orang, karena dari kecil Ki Joko Goro Goro sudah sering berdakwah dan menjuarai ditingkat kota maupun nasional.

Ki Joko Goro Goro berdakwah agar semua kalangan mendapatkan ilmu walaupun sedikit tapi bermanfaat dan barokah. Sebab itulah Ki Joko Goro Goro selalu membuat banyak karya yang sangat bermanfaat dan sudah pasti mengandung unsur dakwah walau dibungkus dengan cara yang unik sehingga semua kalangan tidak jenuh dan fokus akan dakwah beliau.

**Gambar 4.** Komentar Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official



Sumber : [www.Youtube.com](http://www.Youtube.com)

Channel Youtube KI JOKO GORO-GORO Official adalah channel tentang kajian islam, mulai dari ngaji online menggunakan kitab, Istighosah, Vlog, serta Kultum. media sosial Youtube secara terus menerus telah digunakan sebagai media dakwah pada Channel Youtube KI JOKO GORO-GORO Official yang sangat diminati oleh masyarakat, terlihat dari banyaknya subscriber pada channel Youtube tersebut. Sampai saat ini jumlah sudah 50 video dan tentu ke depannya lagi bisa terus bertambah.

Konten Ki Joko Goro-Goro mempunyai beberapa karakteristik yang peneliti amati sangat menarik untuk di kaji yaitu:

#### 1. Agama

Alasan agama pertama diilhami karena sudah terdapat ayat didalam Al Quran surat Ali Imran ayat 110. Intinya, jika Anda ingin menyebarkan kebaikan, saya akan menjadikan Anda orang terbaik. Jadi pertama, kita harus mencintai ma`ruf, lalu nahi al munkar. Artinya jika

ada perilaku yang memberontak, kami akan mengajak untuk berpartisipasi aktif dalam melakukan perbuatan baik hingga lupa untuk melakukan perilaku yang tidak etis.

## 2. Etis

Alasan etis karena ingin mempengaruhi dunia ini menjadi semakin luas dengan dunia media sosial Youtube. Sekarang dunia penuh dengan informasi. Informasinya juga berbeda, ada informasi tentang makanan dan ada juga informasi tentang hiburan. Oleh karena itu, pendakwah harus ikut serta dalam kehidupan ini untuk menjaga keseimbangan dengan dunia maya. Ketika seseorang melakukan sesuatu yang penting dengan memarahi atau membuat orang merasa sakit. Maka dari itu, melalui channel Ki Joko Goro Goro Official bisa ikut serta membuat dakwah tenang, lembut dan riang.

## 3. Metodis

Alasan metodis karena kalau hanya berdakwah offline atau dipanggung hanya 100-300 orang yang bisa mendengarnya. Namun, jika berdakwah menggunakan youtube setidaknya akan ada 500 orang yang menonton.

Ki Joko Goro Goro menggunakan media sosial Youtube sebagai media dakwahnya karena durasi waktu dalam berdakwah bisa panjang dari pada media sosial yang lain, contohnya Instagram. Sehingga memungkinkan orang mendengar dan menonton tidak sepotong-sepotong. Dengan menggunakan Youtube pendakwah bisa

mengungkapkan alasan, bagaimana seharusnya, dan seperti apa kita memberi informasi.

Referensi untuk membuat konten dakwah berasal dari kitab. Kitab yang sering dipakai untuk ngaji online beliau ada 2 yaitu Irsyadul Ibad dan Irsyaduz Zaujain.

### **C. Data Penelitian**

Dalam mencari data untuk penelitian ini, peneliti menggunakan etnografi virtual dalam buku yang berjudul Etnografi Virtual : Riset Komunikasi Budaya, dan Sosioteknologi di Internet, yang ditawarkan oleh Rulli Nasrullah. Analisis media siber meliputi empat tingkatan, yaitu 1. ruang media, 2. dokumen media, 3. objek media, dan 4. Pengalaman media. Ruang media dan dokumen media didasarkan pada unit mikro atau teks, sedangkan objek dan pengalaman didasarkan pada unit makro atau konteks. Berikut hasil yang peneliti temukan berdasarkan hasil dokumentasi Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official dan hasil wawancara dengan Ki Joko Goro-Goro. serta tiga subscriber seperti disebutkan di atas, peneliti membagi penemuan data menjadi empat tingkatan, yaitu:

#### **1. Level Ruang Media ( *Media Space* )**

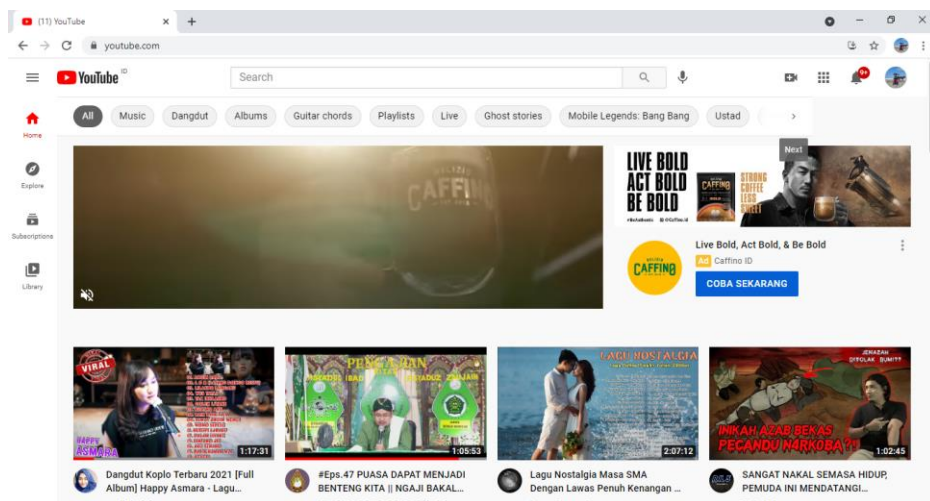
Pada level ruang media, dapat mengungkap bagaimana struktur yang ada dari medium internet. Mulai dari bagaimana prosedur membuat akun, mempublikasikan konten, maupun aspek grafis dari tampilan media (Nasrullah, 2018:45). Dalam penelitian ini,

peneliti tidak hanya memposisikan diri sebagai pengamat, namun juga mempunyai akun dan menjadi bagian dari fenomena yang diteliti.

Saluran Youtube banyak digunakan untuk berbagi video yang berisi informasi, hiburan, berita, perjalanan, makanan, dakwah, dll. Membuat saluran Youtube memerlukan proses terpisah. Untuk membuat channel Youtube, bisa menggunakan komputer, laptop, dan smartphone. Cara membuat channel Youtube, (Solechah, 2007) yaitu:

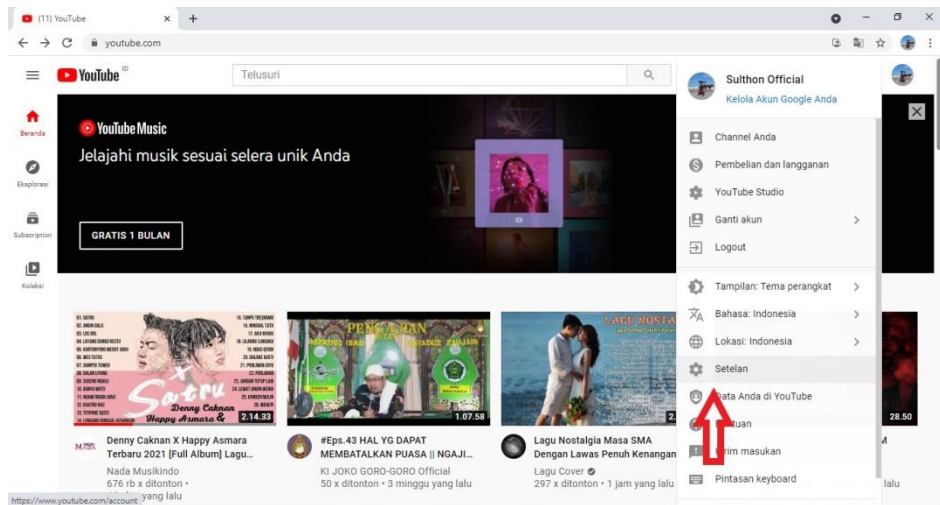
- a. login ke akun Youtube anda, jika sudah mempunyai channel default yang sesuai dengan nama akun google, silahkan langsung login.

**Gambar 5.** Login ke Akun Youtube



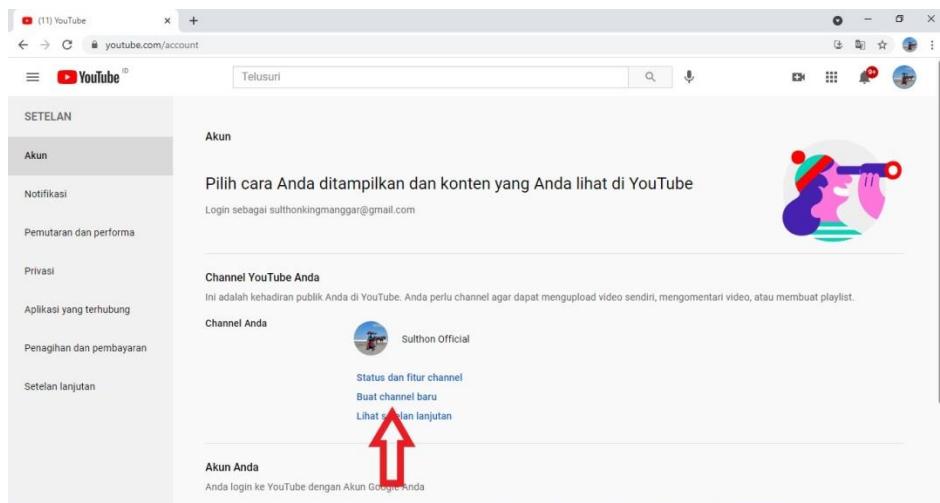
- b. Kemudian, klik pada ikon channel (berupa foto profil akun Google) di pojok kanan atas. Setelah itu, tampilan detail file konfigurasi akan muncul. Kemudian, klik ikon roda gigi (setelan).

**Gambar 6. Klik Icon Roda Gigi (Setelan)**



- c. Kemudian dasbor atau halaman ikhtisar akan muncul, setelah itu akan melihat teks yang bertuliskan "Buat channel baru" atau "Tambahkan channel baru" di bagian bawah.

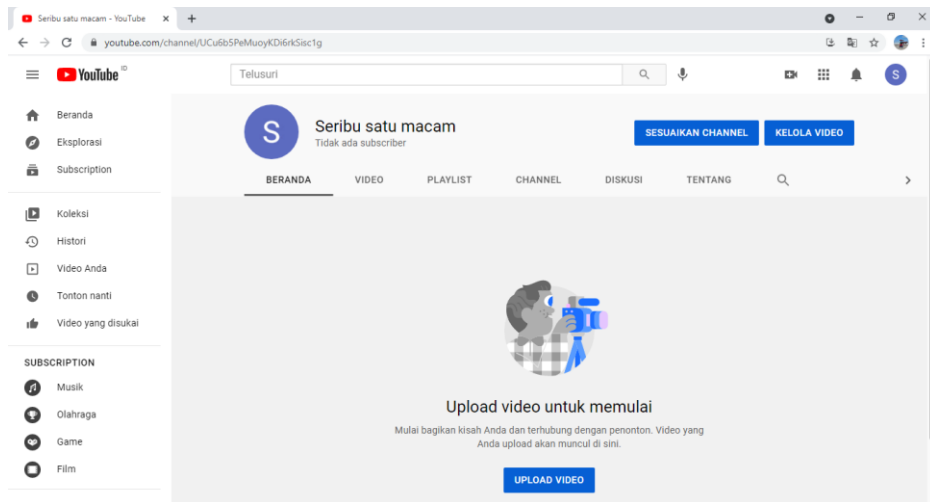
**Gambar 7. Membuat Channel Baru**



- d. Setelah itu bisa mengatur nama Channel. Kemudian klik “Buat” atau “Create”.



**Gambar 8. Mengatur Nama Channel**



Ada banyak macam video yang diupload ke channel Youtube, dan salah satunya banyak digunakan dalam kegiatan dakwah, mulai dari dakwah komunitas hingga organisasi kemasyarakatan. Salah satu channel yang digunakan untuk berdakwah adalah channel Youtube KI JOKO GORO-GORO Official. Untuk mengakses Youtube melalui situs web atau smartphone, diperlukan koneksi internet. Semua itu, karena media online adalah akun-akun riil, mereka saling berhubungan dan terus terhubung. Perlu diketahui bahwa meskipun server atau tempat penyimpanan data menjadi situs yang terkoneksi dengan jaringan internet, namun tetap ada. Seperti Youtube, setiap "suka", "komentar", dan "langganan" yang dikirimkan hanya dimasukkan saat tersambung ke Internet.

Proses publikasi konten di Youtube adalah sebagai berikut (Andy, 2020):

- 1) Masuk ke Youtube dengan nama pengguna yang

ditautkan ke akun mitra Youtube..

- 2) Klik link "Upload Video (Beta)" di bagian atas halaman. Pilih video yang ingin diunggah.
- 3) klik ikon panah atas yang besar untuk membuka dialog pemilihan file, atau dapat menarik dan melepas file video ke halaman.
- 4) Saat Youtube mengupload file video, halaman "Edit detail" untuk video itu akan ditampilkan, juga harus memberikan judul dan deskripsi video.
- 5) Pratinjau dan Publikasi

**Gambar 9.** Halaman Channel Ki Joko Goro-Goro Official

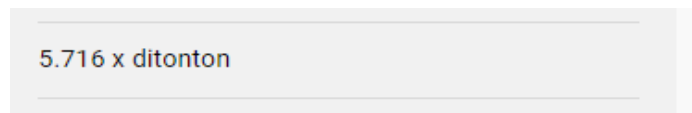


Halaman Channel Ki Joko Goro-Goro Oficial merupakan sebuah halaman yang digunakan untuk menyebarluaskan dakwah Ki Joko Goro-Goro kepada pengguna youtube. Channel Ki Joko Goro-Goro Official bisa ditonton oleh siapapun tanpa terkecuali, yang penting terkoneksi oleh jaringan internet. Untuk membahas lebih dalam mengenai metari dakwah akan dijelaskan pada level dokumen media.

Dan yang mengoperasikan youtube channel Ki Joko Goro-Goro Official sementara ini adalah santrinya sendiri Ki Joko Goro-Goro.

Dalam channel Ki Joko Goro-Goro Official terdapat 5.716x orang menonton dan dalam setiap postingan selalu mendapatkan like dari penontonnya, dan untuk penjelasan mengenai interaksi pada yang terjadi pada channel youtube Ki Joko Goro-Goro Official akan dibahas pada level obyek media.

**Gambar 10.** Jumlah penonton channel Ki Joko Goro-Goro Official






Untuk prosedur publikasian konten dalam channel Ki Joko Goro-Goro Official yang pertama adalah memasukkan materi dakwahnya, selanjutnya tinggal diposting dan menunggu untuk beberapa waktu agar muncul pada beranda youtube.



## **2. Level Dokumen Media (*Media Archive*)**

Dokumen media digunakan untuk melihat konten sebagai teks dan bagaimana makna yang terkandung di dalamnya dipublikasikan melalui media sosial. Teks yang dibuat pengguna (encoding) adalah sorotan penting dari level decoding ini. Karena pada level inilah peneliti media siber dapat menemukan bagaimana kinerja pengguna atau audiens. Dalam channel Youtube dokumen medianya adalah video dakwah. Saat membuat video dakwah di Channel Ki Joko Goro-Goro Official.


**Tabel 3. Dokumen Media**

No	Waktu Pengunggahan	Visual	Kategori	Judul
1	Rabu, 24 Februari 2021		Akidah	Eps 1    ISLAM, IMAN, IHSAN.    NGAJI BAKAL AJI    Kyai JOGO (Ki Joko Goro-Goro)
2	Kamis, 25 Febuari 2021		Akidah	Eps 2    HAKIKOHN YA IMAN    NGAJI BAAL AJI    Kyai JOGO (Ki Joko Goro-Goro)
3	Sabtu, 27 Februari 2021		Akidah	Eps 3    DEFINISI

				<p>IMAN   </p> <p>NGAJI</p> <p>BAKAL AJI</p> <p>   Kyai Jogo (</p> <p>Ki Joko</p> <p>Goro-Goro)</p>
4	Minggu, 28 Februari 2021		Akidah	<p>Eps 4   </p> <p>MEMPERK</p> <p>UAT</p> <p>KEIMANAN</p> <p>   NGAJI</p> <p>BAKAL AJI</p> <p>   Kyai Jogo</p> <p>(Ki Joko</p> <p>Goro-Goro)</p>
5	Senin, 1 Maret 2021		Syariat	<p>Eps 5</p> <p>DZIKRULL</p> <p>AH    NGAJI</p> <p>BAKAL AJI</p> <p>   Kyai JOGO</p> <p>(Ki joko</p> <p>Goro-Goro)</p>

6	Selasa, 2 Maret 2021		Syariat	Eps 6    DZIKIR PENYELAM AT API NERAKA   NGAJI BAKAL AJI    Kyai JOGO ( Ki Joko Goro-Goro)
7	Rabu, 3 Maret 2021		Akhlak	Eps. 7 IQTIQOT/U CAPAN PERBUATA N YANG MEMBUAT MURTAD    NGAJI BAKAL AJI    Kyai JOGO (Kyai Joko Goro-Goro)

8	Kamis, 4 Maret 2021		Akhlak	Eps 8 ALAMAT KUFUR MENGHINA ALLAH DAN ROSUL- NYA    NGAJI BAKAL AJI   Kyai JOGO (Ki Joko Goro-Goro)
9	Minggu, 7 Maret 2021		Akhlak	Eps 9 MENGAJU MELIHAT SYURGA MENIMATI HIDANGAN NYA   NGAJI BAKAL AJI   Kyai JOGO

				(Ki Joko Goro-Goro)
10	Selasa, 16 Maret 2021		Syariat	Eps 16 SYARAT RUKUN WUDHU    NGAJI BAKAL AJI    Kyi JOGO (Ki Joko Goro-Goro)

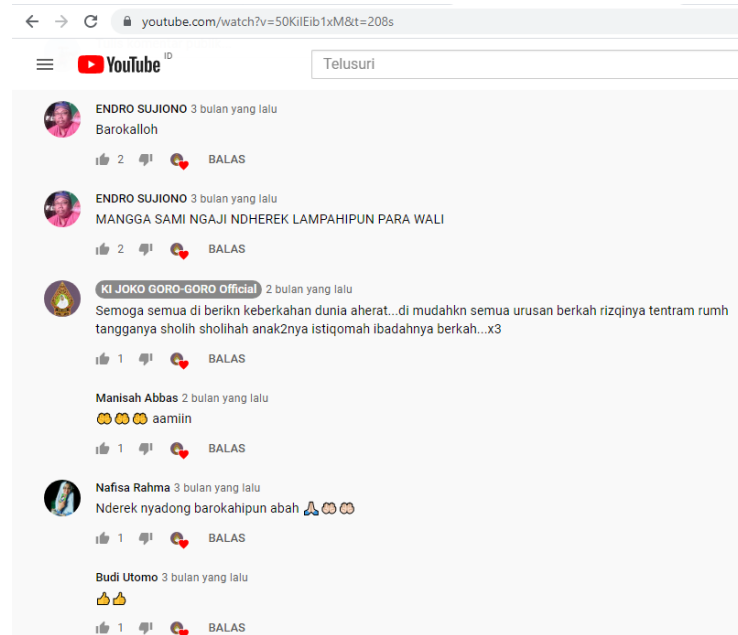
### 3. Level Obyek Media (Media Object)

Pada level ini, objek media merupakan unit tertentu, karena peneliti dapat melihat seperti apa aktivitas dan interaksi antara pengguna dan antar-pengguna. Pada level ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, dan peneliti memfokuskan penelitian dilapangan, melakukan observasi dan mengajukan pertanyaan.

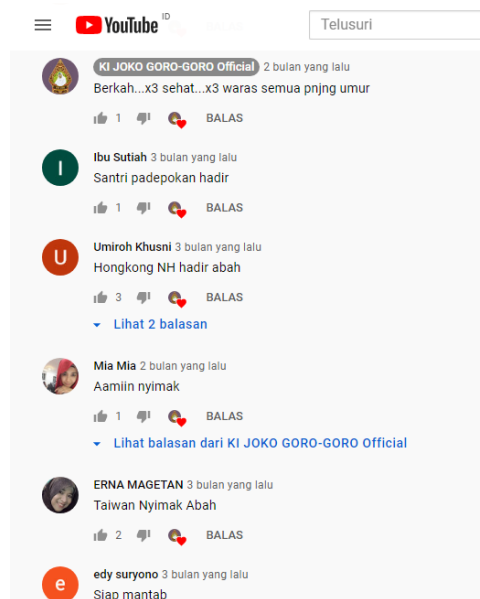
Berikut beberapa interaksi atau komentar dari subscriber di Channel Ki Joko Goro-Goro Official:



**Gambar 11.** Komentar Subscriber Channel Ki Joko Goro-Goro Official



**Gambar 12.** Komentar Subscriber Channel Ki Joko Goro-Goro Official



Dari komentar di atas, semua berkomentar positif tidak ada yang berkomentar negatif. Komentar positif sangat membantu dalam membangun dan memberikan motivasi kepada pemilik channel untuk membuat konten dakwah yang manfaat dan barokah.

Saat menggunakan media sosial Youtube, Anda harus menjaga konsistensi video yang anda unggah. Selain itu, melalui produksi video dakwah, agar dapat membawa manfaat bagi masyarakat, diharapkan video yang diunggah dapat stabil. Di Channel Ki Joko Goro-Goro Official, rutin upload video setiap hari. Seperti yang dikatakan Ki Joko Goro-Goro:

“Alhamdulillah, bisa mengunggah video dengan istiqomah”.

Untuk mendukung kesuksesan channel, perlu dukungan dari subscriber. Oleh karena itu, sebagai salah satu subscriber Channel Ki Joko Goro-Goro Official, Sonia berharap Ki Joko Goro-Goro selalu membawa ilmu baru, sehingga masyarakat yang menonton video di channel tersebut dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Seperti yang Sonia katakan:

“Sudah bagus sih untuk materi-materi dakwahnya, nggak terlalu sulit untuk dicerna, hanya saja channelnya masih kecil, jadinya belum banyak yang tau, semoga saja kedepannya bisa lebih banyak lagi subscriber maupun penontonnya”.

Sedangkan menurut Akbar katakan:

“Mengenai channel ini, menurut saya kurang ada bumbu-bumnya aja, seperti menggunakan wayang juga bisa, agar terkesan berbeda”.

Menurut Ella mengenai tanggapannya tentang Channel Ki Joko Goro-

Goro Official yaitu :

“Bagus dan tidak membosankan”

#### **4. Level Pengalaman ( Experiential Stories)**

Pada level pengalaman, menjadi jembatan yang menghubungkan dunia maya dan dunia nyata. Secara khusus, perlu untuk memahami dan mengungkapkan motivasi pengguna untuk menggunakan dan mempublikasikan konten di media sosial. Dan periksa apakah apa yang terjadi di jaringan (online) juga mempengaruhi dunia nyata (offline). Ki Joko Goro-Goro memilih mengunggah video dakwah tersebut karena ingin berbagi ilmu agama dengan banyak orang yang menggunakan media sosial Youtube. Semua ini memungkinkan konten Youtube untuk tidak hanya melihat hiburan, makanan, dan perjalanan orang lain. Seperti yang ia katakan:

"Youtube ini aktif kemarin pada Februari 2021. Saya berharap melalui konten dakwah ini, masyarakat dapat melihat hal-hal positif secara lebih terbuka”

Alasan lain Ki Joko Goro-Goro menggunakan Youtube karena durasinya bisa lebih lama tidak terpotong-potong. Sebab, jika durasinya pendek, bisa membuat orang lain kurang bisa memahami tujuan dan materi dakwah yang dijelaskan. Seperti yang dia katakan:

“Saya menggunakan Youtube sebagai sarana dakwah karena waktu berdakwah mungkin lebih lama dari pada di jejaring sosial lain seperti Instagram. Jadi orang bisa mendengarkannya, tidak terpotong-potong”.

Channel Ki Joko Goro-Goro Official memiliki pengaruh positif

terhadap subscriber Channel Ki Joko Goro-Goro Official Seperti yang dikatakan Akbar:

“Efeknya sangat bagus, karena ada solusi untuk kehidupan sehari-hari”

Dakwah di media sosial saat ini sedang berkembang. Kemunculan media sosial telah mendorong berbagai gerakan sosial, salah satunya adalah gerakan sosial keagamaan dalam bentuk dakwah. Melakukan kegiatan dakwah saat ini dapat menjadi pilihan lain bagi komunitas pengguna media sosial. Selain itu, masyarakat juga harus melakukan beberapa hal positif, seperti yang diungkapkan Ela :

“Setelah saya menonton channel tersebut, saya menjadi tergerak untuk melakukan hal positif di channel Youtube saya, seperti memberikan semangat khususnya pemuda dengan konten-konten yang saya berikan”.

Sedangkan menurut Sonia :

“Manfaat yang saya terima lumayan banyak, salah satunya saya bisa mengimplikasikan kehidupan sehari-hari”

## **BAB IV**

### **ANALISIS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH PADA CHANNEL KI JOKO GORO-GORO OFFICIAL**

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan metode etnografi virtual, peneliti tidak hanya sebagai pengamat, tetapi juga berpartisipasi dalam fenomena yang diteliti. Dengan menganalisis data yang ditemukan dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya memposisikan diri sebagai pengamat, tetapi juga berpartisipasi menjadi subscriber Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official. Demikian hasil analisis peneliti, berdasarkan rumusan masalah yang diajukan yaitu tentang level-level media siber pada Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official berdasarkan Ruang media (*Media Space*), Dokumen Media (*Media Archive*), Objek media (*Media Object*), pengalaman (*Experiential Stories*). berikut penjelasannya:

#### **A. Level Ruang Media (*Media Space*)**

Seperti yang peneliti uraikan pada bab sebelumnya, fokus utama Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official pada level ruang media mencakup tiga poin. Berikut adalah tiga poin pada level ruang media Youtube channel KI JOKO GORO-GORO, dengan teori yang digunakan peneliti yaitu:

##### **1. Proses Pembuatan Channel**

Proses pembuatan serta proses mengunggah video-video Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official yang diawali pada tanggal 24 Februari 2021. Sebenarnya Ki Joko Goro-Goro

bergabung dengan Youtube pada 26 April 2020, karena jika Anda memiliki akun Google, Anda akan secara otomatis memiliki saluran default yang namanya sesuai dengan nama akun Google Anda. Namun saat itu, Ki Joko Goro-Goro hanya bisa memposisikan dirinya sebagai penonton Youtube, bukan pencipta konten video dakwah.

## 2. Prosedur Mempublikasian Konten

Tata Cara mempublikasikan Konten di Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official, tata cara penerbitan konten mengikuti prosedur yang berlaku. Yang jelas, Ki Joko Goro-Goro rutin mengunggah konten video dakwah setiap hari. Karena jika tidak sesuai dengan prosedur atau video yang di publikasikan kurang baik, video tidak akan dimuat.

## 3. Aspek grafis dari tampilan media

Aspek grafis dari tampilan Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official sangat penting dan dapat mempengaruhi mad'u terhadap materi dakwah yang diberikan dalam video dakwah di channel Ki Joko Goro-Goro. Misalnya, tagline “Ki Joko Goro-Goro Official” dengan sampul gunung wayang membuat penonton menera-nerka dan juga bisa membuat mad'u tertarik untuk menonton video yang diunggah oleh Ki Joko Goro-Goro.

## **B. Level Dokumen Media (*Media Archive*)**

Fokus utama dalam level dokumen media adalah konten video

dakwah di Channel KI JOKO GORO Official, yang diunggah oleh Crew Ki Joko Goro-Goro. Sebagian besar maddah (materi dakwah) menggunakan pesan aqidah, syariah dan Akhlak. Inspirasi pembuatan video dakwah ini berasal dari kitab-kitab Ki Joko Goro-Goro. Seperti kitab-kitab Irsyadul Ibad dan Irsyaduz Zaujain, serta menggunakan Al Quran dan Hadist sebagai pedoman. Peneliti mengambil 10 video untuk dianalisis dari bulan Februari sampai Maret 2021.

**Gambar 13.** Tampilan video tentang Iman, Islam, Ihsan



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai aqidah, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa aqidah adalah keimanan (Amin, 2009: 90).

contoh sepenggal kalimat yang disampaikan Ki Joko Goro-Goro :

“Iman adalah percaya Allah, percaya ya Allah, malaikatnya Allah, Rosul-Rosulnya Allah, Hari Akhir, itu pasti, hari akhir itu pasti, Qada’ Qadar, takdir baik ataupun buruk, itu harus meyakini itu, Qada’nya Allah, Qadarnya Allah”.

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 829 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 129, disayangkan sekali ada 1 yang tidak suka akan video pertama diunggah itu. Sampai saat ini yang

berkomentar pada video tersebut sudah mencapai 31 komentar, yang dimana komentar tersebut positif semua dan dari crew Ki Joko Goro-Goro yang menangani Youtube channel tersebut aktif membalas komentar serta memberikan hati (love) pada semua yang berkomentar.

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro- Goro sangat terdengar jelas walaupun Ki Joko Goro-Goro menerjemahkan kitab yang dipakainya menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

#### **Gambar 14. Tampilan video tentang Hakikohnya Ilmu**



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai aqidah, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa aqidah adalah keimanan (Amin, 2009: 90).

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan aqidah atau keimanan pada judul “Hakikohnya Iman” dalam video ceramah di Youtube Channel KI



JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

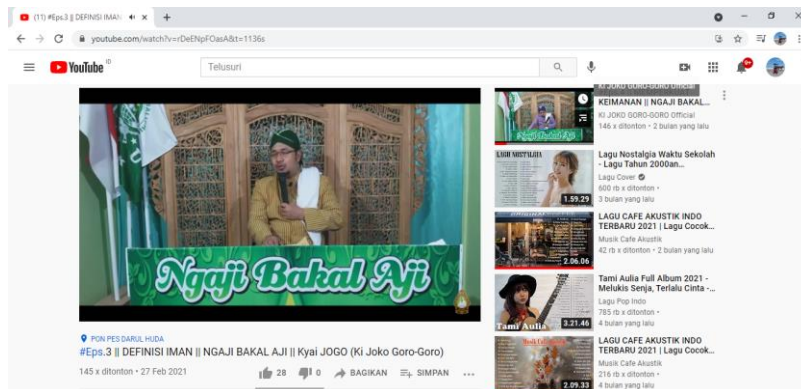
Apa yang dinamakan iman ? iman itu adalah membenarkan dalam hati, yakin Allah, Rosul Allah, Kitab Allah, Al-Quran taurat zabur telah menyampaikan, yakin dalam hati”.

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 351 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 47, disayangkan sekali ada 1 yang tidak suka akan video pertama diunggah itu. Sampai saat ini yang komentar pada video tersebut sudah mencapai 6 komentar, yang dimana komentar tersebut positif semua diberikan hati (love).

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan beliau.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

**Gambar 15.** Tampilan video tentang Definisi Iman



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai aqidah, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa aqidah adalah keimanan (Amin, 2009: 90).

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan aqidah atau keimanan pada judul “Definisi Iman” dalam video ceramah di Youtube Channel KI JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

“Dadi Rosul ini makhluk pilihan, manusia pilihan, kita harus meyakini mengi'tiqoti seseungguhnya Allah itu telah mengutus rosulnya kepada makhluk, dibersihkan dan dijaga dari sifat-sifat dosa, tidak pernah berbuat dosa rosul itu, tidak ada rosulnya Allah itu cacat, mboten enten.”

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 145 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 28, dan tidak ada dislike (tidak suka) pada video kali ini. Sampai saat ini yang komentar pada video tersebut sudah mencapai 3, yang dimana komentar tersebut positif semua diberikan hati (love).

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya

yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan beliau.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

### Gambar 16. Tampilan video tentang Memperkuat Iman



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai aqidah, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa aqidah adalah keimanan (Amin, 2009: 90).

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan aqidah atau keimanan pada judul “Memperkuat Keimanan” dalam video ceramah di Youtube Channel KI JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

“Kalau seandainya iman itu sebagai tanaman atau pepohonan, pupuk, rabuknya adalah lailahaillah, semakin banyak kita membaca laillaillaillah, semakin kuat iman kulo njenengan Aamiin Allhumma Aamiin”.

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 146 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 22, dan bagusya tidak ada yang tidak

suka (dislike). Sampai saat ini yang komentar pada video tersebut sudah mencapai 6 komentar, yang dimana komentar tersebut positif semua dan dari crew Ki Joko Goro-Goro yang menangani youtube channel tersebut aktif membalas komentar-komentar para subscriber.

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan beliau.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

**Gambar 17.** Tampilan video tentang Dzikirullah



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai Syariah, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa Syariah adalah hukum-hukum Allah(Amin, 2009: 91).

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan Syariah pada judul “Dzikrullah” dalam video ceramah di Youtube Channel KI JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

“Laillahaillah itu bukan hanya untuk penyelamat siksa api neraka tidak hanya sebagai kunci surga didunia sudah menyelamatkan bagi orang yang banyak berdzikir laillahaillah mesti bakale kuat, bakale bakoh, Aamiin Allahumma Aamiin.”

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 219 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 23, dan bagusya tidak ada yang tidak suka (dislike). Sampai saat ini yang komentar pada video tersebut hanya 1 komentar.

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa Khidmat kita untuk mendengarkan beliau.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

**Gambar 18.** Tampilan tentang Dzikir Penyelamat Api Neraka



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai Syariah, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa Syariah adalah hukum-hukum Allah(Amin, 2009: 91).

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan Syariah pada judul “Dzikir Penyelamat Api Neraka” dalam video ceramah di Youtube Channel KI JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

“Pokoknya kita-kita orang Nahdhatul Ulama ikut Mbah Hasyim As’ary, ikut kyai-kyai, betul-betul kyai Ahlisunnah Waljamaah, pokoknya ikuti aja, ndak usah banyak protes , insyaAllah dzikir-dzikir laillahaillah yang menjadikan tebusan dari api neraka, kita dimasukkan surga, Aamiin Allahumma Aamiin”.

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 124 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 25.

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan beliau.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

**Gambar 19.** Tampilan video tentang Ucapan Perbuatan yang Mmembuat Murtad



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai Akhlak, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa Akhlak adalah perilaku, tabiat.

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan Akhlak pada judul “I’tiqod/Ucapan Perbuatan Yang membuat murtad” dalam video ceramah di Youtube Channel KI JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

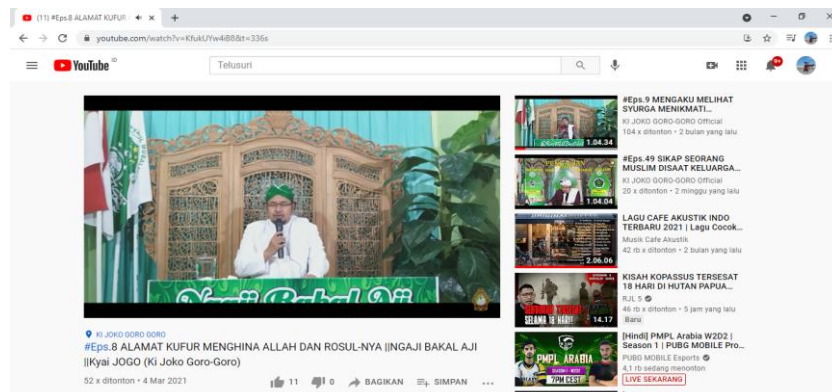
“Jangan sekali-kali , jangan sampai dilisan kita, perbuatan kita, dihati kita tersirat, terbesit, yang menjadikan kurang I’tiqot kita, yakinlah. Pokoke yakin seyakin-yakinnya. Pokoknya agama yang paling benar Indallahhil Islam, agama disisi Allah Islam.

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 65 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 16 kali.

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan beliau.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

**Gambar 20.** Tampilan video tentang Alamat Kufur Menghina Allah



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai Akhlak, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa Akhlak adalah perilaku, tabiat.

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan Akhlak pada judul “Alamat kufur menghina Allah dan Rosulnya” dalam video ceramah di Youtube Channel KI JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

“Kalau seandainya Allah memerintahkan saya, rosul harus memerintahkan harus begini, nggak mau aku melakukan perintah Allah, perintah rosulnya Allah. Beginilah orang-orang yang ingkar, orang-orang yang kafir, orang-orang yang kufur, murtad dia ini”.

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 52 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 14,

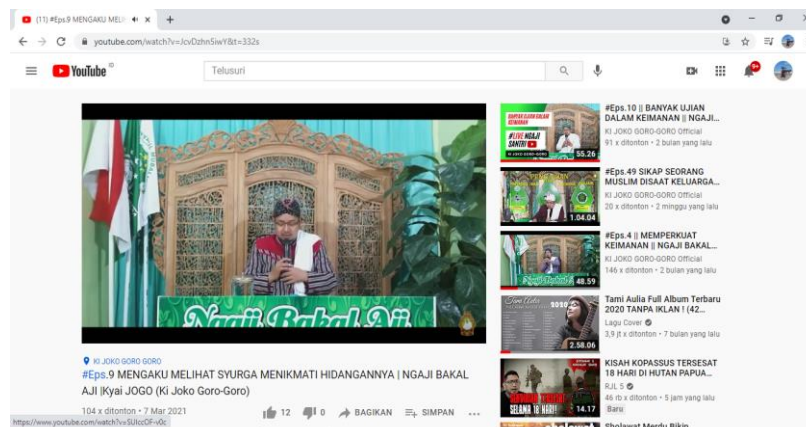
Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya



yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan beliau

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

**Gambar 21.** Tampilan video tentang Mengaku Melihat Syurga Menikmati Hidangannya



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai Akhlak, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa Akhlak adalah perilaku, tabiat.

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan Akhlak pada judul “Melihat surga menikmati hidangnnya ” dalam video ceramah di Youtube Channel KI JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

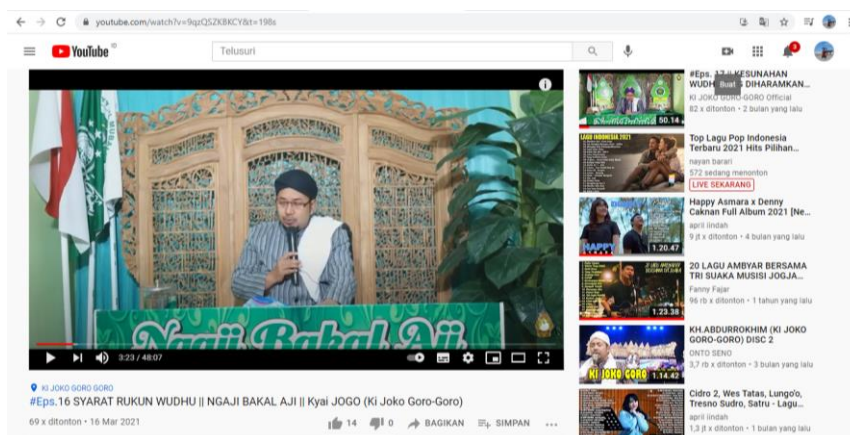
“Begitu juga orang dikatakan ingkar, kufur, ketika ditanya, apakah kamu iman ? iman iki opo ? aku nggak tau iman, saya nggak peduli yang namanya iman. Ucapan seperti itu, saya tidak tau iman, saya tidak peduli dengan iman, dia menjadi kufur”.

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 104 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 12,

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan beliau.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

#### **Gambar 22.** Tampilan video tentang Syarat Rukun Wudhu



Pesan dakwah yang terkandung dalam judul video diatas adalah nilai Syariah, seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa Syariah adalah hukum-hukum Allah(Amin, 2009: 91).

Isi pesan dakwah yang termasuk pesan Syariah pada judul “Syarat Rukun wudhu” dalam video ceramah di Youtube Channel KI JOKO GORO-GORO Official. Berikut penggalan ceramah Ki Joko Goro-Goro :

“Tidak boleh berprasangka fardhunya wudhu ini hanya sunat saja. Jangan, jadi kita harus tau wudhu adalah fardhu, kita harus bisa membedakan mana air yang suci dan mensucikan, agama harus muslim”.

Video tersebut sudah ditonton sebanyak 67 kali dan sudah mendapatkan like (suka) sebanyak 14. Sampai saat ini yang komentar pada video tersebut sudah mencapai 10 komentar, yang dimana komentar tersebut positif semua diberikan hati (love) oleh crew yang bertugas menangani channel tersebut.

Dari segi Audio Visual pada Ngaji Online Ki Joko Goro-Goro sangat terdengar jelas walaupun menerjemahkan kitab yang dipakainya yang menggunakan bahasa Jawa dicampur bahasa Indonesia tak mengurangi rasa khidmat kita untuk mendengarkan beliau.

Pengambilan gambar pada video sudah bagus, dimana pengambilannya menggunakan teknik medium shoot yang terlihat dan difokuskan dari kepala sampai badan.

### **C. Level Obyek Media (*Media Object*)**

Fokus utama level objek media pada Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official adalah interaksi antara pemilik channel dan subscriber. Interaksi dalam hal ini dapat diamati dengan jelas berkaitan erat dengan jawaban atau komentar. Ada banyak komentar di Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official. Beberapa memiliki ulasan positif dan belum memiliki ulasan negatif. Komentar positif di sini dapat memberikan dorongan dan motivasi kepada pemilik channel Youtube agar terus

mengembangkannya, tetapi komentar negatif tidak terdapat pada channel Ki Joko Goro-Goro Official.

Proses komunikasi dalam channel Ki Joko Goro-Goro Official terjadi ketika admin admin (selaku komunikator) memposting video dan postingan tersebut dilihat dan didengarkan oleh pengikut atau pengunjung (komunikator). Dalam channel Ki Joko Goro-Goro Official juga terjadi interaksi antara pengirim pesan dan penerima pesan, karena model komunikasi yang terjadi dalam channel ini bersifat dua arah, dimana pengikut atau pengunjung channel bisa langsung memberikan respon terhadap postingan yang ada.

Dalam channel Ki Joko Goro-Goro Official terjadi interaksi serta aktivitas yang dilakukan oleh para mad'unya. Interaksi serta aktivitas yang dilakukan para mad'u saat membuka channel Ki Joko Goro-Goro Official atau saat melihat postingan di beranda akun youtube dengan menonton postingannya, memberikan like, memberikan tanggapan dalam kolom komentar, membagikan postingan serta menekan tombol subscribe dan menekan lonceng sehingga bisa muncul di pada halaman depan beranda.

Padahal tanda like dan subscribe dalam setiap unggahan video channel Ki Joko Goro-Goro Official memiliki makna yang luas, bahwa ketika subscriber mengklik tombol Like dan subscribe dalam suatu video, maka makna yang muncul bisa jadi menyukai, menyetujui, turut merasakan, ungkapan simpati, atau hanya sekedar peninggalan jejak saja. Untuk mengkonfirmasi hal tersebut, maka peneliti mencoba

mewawancarai akun bernama Sonia Bella sebagai salah satu subscriber channel Ki Joko Goro-Goro Official. Dan Sonia Bella mengatakan ketika ia memberikan tombol like dalam unggahan video channel Ki Joko Goro-Goro Official, makna yang muncul dalam benaknya adalah karena menyukai dan menyetujui postingan tersebut.

“Iya sudah, selalu saya like pada video Ki Joko Goro-Goro, walaupun tidak menonton keseluruhan.”

Selain itu juga dalam channel Ki Joko Goro-Goro Official terjadi interaksi dan aktivitas antar para pengunjung dan pengikut. Hal ini bisa dilihat dalam kolom komentar yang berada di bawah postingan yang ada di channel Youtube. Interaksi dan aktivitas yang terjadi dalam kolom komentar antar mad'u tidak jarang langsung ditanggapi oleh admin.

Peneliti mencoba mewawancarai Akbar Tanjung sebagai subscriber channel Ki Joko Goro-Goro Official mengenai apakah selalu menonton dan menekan like pada channel Ki Joko Goro-Goro Official.

“Baru-baru ini saya subscribenya. Jarang kalau menekan like, tapi ya sering nonton walaupun sebentar”.

Serta peneliti mewawancarai informan yang ketiga yaitu Ella Risty mengenai apakah sudah subscribe dan selalu menekan like

“Sudah dari lama saya subscribe channel beliau, tidak tentu kalau menekan like”.

Dari ketiga informan yang peneliti wawancarai mereka sudah menekan subscribe tapi jarang menekan like maupun berkomentar pada channel Ki Joko Goro-Goro Official.

#### **D. Level Pengalaman (*Experiential Stories*)**

Berdasarkan hasil data temuan mengenai pengalaman media yang peneliti temukan berdasarkan hasil wawancara bersama Ki Joko Goro-Goro bahwa memang motif dibalik pembuatan channel Ki Joko Goro-Goro Official agar masyarakat bisa mendengarkan dakwah beliau walaupun lewat media sosial youtube.

Alasan Ki Joko Goro-Goro berdakwah menggunakan youtube adalah jangkauan dakwahnya bisa seluas-luasnya, yang dulu hanya dakwah dari majlis ke majlis sekarang dengan memanfaatkan youtube orang yang belum mengenal jadi lebih kenal, serta harus mempunyai koneksi internet agar bisa menikmati setiap dakwah Ki Joko Goro-Goro.

Bahkan dalam sampul channel Ki Joko Goro-Goro Official pun menggunakan gambar yang bertuliskan “Ki Joko Goro-Goro Official”. Ki Joko Goro-Goro secara tidak langsung ingin menyampaikan bahwa ini adalah channel resmi dari Ki Joko Goro-Goro sendiri.

Pengalaman Ki Joko Goro-Goro juga mempengaruhi konten dakwahnya saat ini. Jika dulu Ki Joko Goro-Goro lebih banyak berdakwah tempat satu ketempat yang lain menggunakan materi yang cukup berat, namun saat ini Ki Joko Goro-Goro lebih banyak berdakwah di Youtube menggunakan materi yang lebih enak di fahami seperti akidah, syariat dan Akhlak. Karena menurut Ki Joko Goro-Goro bahwa ilmu yang mudah difahami bisa langsung di aplikasikan kepada sesama.

Dengan adanya pengalaman berdakwah sejak kecil sampai

sekarang, membuat Ki Joko Goro-Goro mempunyai mad'u yang tidak sedikit. Dan hal itulah yang memudahkan Ki Joko Goro-Goro saat berdakwah melalui channel Ki Joko Goro-Goro Official. Peneliti menyimpulkan bahwa pada level pengalaman Ki Joko Goro-Goro sebagai seorang da'i kondang di dunia nyata inilah yang membuatnya mendapatkan mad'u dengan subscriber yang lumayan pesat untuk sementara ini.

Selain peneliti mengamati dan ikut berinteraksi langsung dalam channel Ki Joko Goro-Goro Official peneliti juga pernah mengikuti dakwah Ki Joko Goro-Goro pada saat di majlis sebelum terjadinya wabah sekarang ini. Dari hasil temuan dan analisis di atas menjadi bukti bahwa banyaknya pengikut dan banyaknya jumlah interaksi saat Ki Joko Goro-Goro berdakwah melalui channel Ki Joko Goro-Goro Official, tidak semata-mata terjadi dalam dunia virtual, tapi juga hal itu terjadi dalam dunianya nyata.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah diuraikan maka level-level media siber pada Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official yakni :

1. Ruang Media (*Media space*) pada Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official sudah sesuai dengan prosedur pembuatan channel, yang memenuhi tujuan pembuatan Youtube. Cara mempublikasikan konten sangat mandiri dan lebih terpercaya, karena dibuat dan dipublikasikan langsung oleh crew Ki Joko Goro-Goro dan munculnya channel ini yang berharap video dakwah yang diunggah menciptakan suasana dakwah yang damai.
2. Dokumen Media (*Media archive*) di Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official yang berisi materi dakwah berdasarkan sumber terpercaya, seperti materi yang diperoleh dari kitab irsyadul Ibad dan Irsyaduz Zaujain serta menggunakan Al-Quran dan Hadist untuk pedomannya.
3. Objek Media (*Media object*) di Youtube Channel Ki Joko Goro-Goro Official semua komentar tersebut bisa memberikan motivasi agar kedepannya lebih baik lagi.
4. Pengalaman (*Expeiental stories*) dalam Youtube Channel Ki Joko



Goro-Goro Official telah banyak yang merasakan dampak positif dari channel tersebut, yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan yang sudah penelliti sampaikan, lebih dikembangkan lagi untuk konten-kontennya, agar masyarakat lebih tertarik lagi dan menekan subcribe pada cahnnel Ki Joko Goro-Goro Official, maka peneliti menyarankan kepada :

1. Ki Joko Goro-Goro agar membawa ataupun menggunakan wayang kulit untuk berdakwah di channel Youtube Ki Joko Goro-Goro Official agar menambah kreatifitas dalam berdakwah serta memperkenalkan kepada anak muda bahwasanya wayang kulit masih eksis sampai sekarang dan tidak tergerus oleh zaman.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan ataupun motivasi kepada anak muda agar memanfaatkan media sosial Youtube untuk menyebarkan kebaikan lewat dakwah.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan lebih memfokuskan pada indikator-indikator lain yang belum tercakup dalam penelitian ini, serta bisa menggunakan skripsi ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aflaha, Umi. 2017. "Kaos Hadis Sebagai Media Dakwah dan Komunikasi Alternatif", INJECT: Interdisciplinay Journal of Communication vol. 2, no. 2.
- Al Haddad, Said Abdullah Bin Alwi, 2001, *Kesempurnaan dan Kemulian Dakwah Islam*, Bandung: Pustaka Setia.
- Aliyudin, Enjang AS. 2009. *Dasar-dasar Ilmu dakwah.*: Bandung : Widya Pandjajaran.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Kencana.
- Azwar, Saifuddin. 2001. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basit, Abdul. 2013 *Filsafat Dakwah*.Depok: Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Fakhruroji, Moch. 2007. *Dakwah di Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Herliani, Lia. 2015. "Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi".
- J Severin, Werner dan James W. Tankard. 2005.*Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mudjiono, Yoyon. 1990. Cetakan I. Komunikasi Massa. Surabaya :Biro Penerbitan FD IAIN Sunan Ampel
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group,
- Nasrullah, Rulli. 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sositologi*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media

- Nasrullah, Rulli. 2018. *Etnografi Virtual; Riset Komunikasi Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media,
- Nasrullah, Rulli. 2018. *Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurdin, I., & Hartati, S. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Pirol, Abdul. 2018. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Taufiq. 2013. *Sistem Informasi Manajemen Konsep Dasar, Analisis dan Metode Pengembangan*. Yogyakarta : Graha Ilmu,
- Tualeha, Hamzah. 1993. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Surabaya : Indah Offset.
- Wibowo, Antonius. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gintanyali.
- Zaidan, Abdul Karim. 1983. *Ushul al-Da'wah*. Jakarta: Media Dakwah.
- Evi Novita Sari. 2020. "*Dakwah Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Media Siber dalam Etnologi Virtual pada Channel Youtube Transformasi Ismahyudi)*". Skripsi. Ponorogo : Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Miftachul Ilmi. 2013. "*Dakwah Melalui Kesenian Wayang Kulit (Studi Metode KH Abdurrohman Ki Joko Goro-Goro di Desa Wonowoso Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak)*". Skripsi. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Yogi Ridho Firdaus. 2018. "*Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah IAIN*

*Salatiga*". Skripsi. Salatiga : Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Yosiena Duli Deslima. 2018. *"Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran"*. Skripsi. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Faiqah, F. Nadjib, M & Amir, A.S. (2016). "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram" dalam "Jurnal Komunikasi Kareba". (Vol.5 No 2 Juli-Desember 2016). diakses pada tanggal 1 Mei 2021

<https://bikin.website/kb/cara-upload-video-ke-youtube/> (diakses pada tanggal 15 Mei 2020)

<https://www.Youtube.com/intl/id/yt/about/press/> (diakses pada tanggal 15 Mei 2021)

<https://www.herosoftmedia.co.id/cara-mudah-membuat-channel-Youtube/> (diakses pada tanggal 15 Mei 2021)

<https://support.google.com/Youtube/answer/3?hl=id> (diakses pada tanggal 15 Mei 2021)

<https://nadiayelly.wordpress.com/2016/08/22/pengertian-dan-kekurangan-kelebihan-Youtube/> (diakses pada tanggal 15 Mei 2021)

<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (diakses pada tanggal 14 Mei 2021)

## LAMPIRAN DOKUMENTASI



Foto : Tampilan Beranda Channel Ki Joko Goro-Goro Official



Foto : Tampilan Playlist Channel Ki Joko Goro-Goro Official

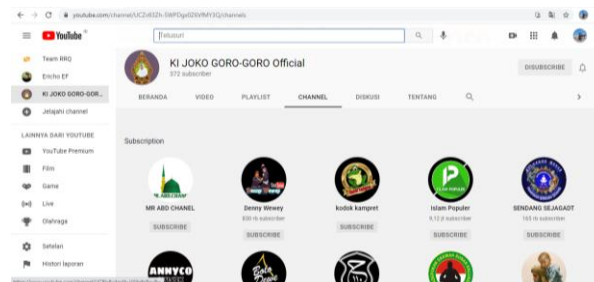


Foto : Tampilan Channel yang di Subscribe oleh Ki Joko Goro-Goro



Foto : Tampilan Tentang Deskripsi Channel Ki Joko Goro-Goro Official

## LAMPIRAN WAWANCARA

Narasumber : KH. Abdur Rokhim M.Pd.I

Media : Whatsapp

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Motivasi apa sehingga membuat channel Youtube ?	Saya menggunakan Youtube sebagai sarana dakwah karena waktu berdakwah mungkin lebih lama dari pada di jejaring sosial lain seperti Instagram. Jadi orang bisa mendengarkannya, tidak terpotong-potong.
2	Apakah setiap hari mengunggah video di channel Youtube Ki Joko Goro-Goro Official ?	Alhamdulillah, bisa mengunggah video dengan istiqomah
3	Kapan pertama kali mengunggah video di Youtube ?	Youtube ini aktif kemarin pada Februari 2021 dan mengunggah video pertama pada tanggal 24 Februari 2021. Saya berharap melalui konten dakwah ini, masyarakat dapat melihat hal-hal positif secara lebih terbuka.

Informan 1 : Sonia Bella

Media : Whatsapp

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa efek atau manfaat menonton Youtube channel Ki Joko Goro-	Manfaat yang saya terima lumayan banyak, salah satunya saya bisa

	Goro Official ?	mengimplikasikan kehidupan sehari-hari.
2	Bagaimana tanggapan mengenai Youtube channel Ki Joko Goro-Goro Official ?	Sudah bagus sih untuk materi-materi dakwahnya, nggak terlalu sulit untuk dicerna, hanya saja channelnya masih kecil, jadinya belum banyak yang tau, semoga saja kedepannya bisa lebih banyak lagi subscriber maupun penontonnya
3	Apakah sudah menjadi subscriber channel Ki Joko Goro-Goro Official serta selalu menekan like pada channel tersebut ?	Iya sudah, selalu saya like pada video Ki Joko Goro-Goro, walaupun tidak menonton keseluruhan.

Informan 2 : Akbar Tanjung

Media : Whatsapp

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa efek atau manfaat menonton Youtube channel Ki Joko Goro-	Efeknya sangat bagus, karena ada solusi untuk kehidupan sehari-hari
2	Bagaimana tanggapan mengenai Youtube channel Ki Joko Goro-Goro Official ?	Mengenai channel ini, menurut saya kurang ada bumbu-bumunya aja, seperti menggunakan wayang juga bisa, agar terkesan berbeda.
3	Apakah sudah menjadi subscriber channel Ki Joko Goro-Goro Official serta selalu menekan like pada channel tersebut ?	Baru-baru ini saya subscribenya. Jarang kalau menekan like, tapi ya sering nonton walaupun sebentar.

Informan 3 : Ella Risty

Media : Whatsapp

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa efek atau manfaat menonton Youtube channel Ki Joko Goro-	Setelah saya menonton channel tersebut, saya menjadi tergerak untuk melakukan hal positif di channel Youtube saya, seperti memberikan semangat khususnya pemuda dengan konten-konten yang saya berikan.
2	Bagaimana tanggapan mengenai Youtube channel Ki Joko Goro-Goro Official ?	Bagus dan tidak membosankan
3	Apakah sudah menjadi subscriber channel Ki Joko Goro-Goro Official serta selalu menekan like pada channel tersebut ?	Sudah dari lama saya subscribe channel beliau, tidak tentu kalau menekan like





### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Masulthonli Rahmatussalam

Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 10 Agustus 1999

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Alamat : Desa Manggaras RT 03/RW 01,  
Kecamatan Godong, Kabupaten  
Grobogan.

Email : Sulthonrahmat1@gmail.com

No. Hp : 08986855357

Riwayat Pendidikan Formal : 1. TK Dharma Wanita Manggaras  
2. SDN 2 Manggaras  
3. MTS Negeri Jeketro  
4. MA Negeri Demak  
5. Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Walisongo  
Semarang

Riwayat Pendidikan Non Formal : 1. Pondok Pesantren Assalaf

2. Pondok Pesantren Al Istitiqomah

Kembangan Bintoro Demak

3. Darul Ilmi Islamic Boarding School

Man Demak

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya  
dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Masulthonli Rahmatussalam

NIM: 1701026016